

**ANALISIS KETERKAITAN KELEMBAGAAN RANTAI PASOK
TERHADAP KINERJA DAN DAYA SAING UMKM
(Studi Kasus di Klaster UMKM Keripik Gadung,
Kabupaten Tulungagung)**

SKRIPSI

**Oleh:
Marisah Endi Anggraini
145100301111034**



**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2018**

**ANALISIS KETERKAITAN KELEMBAGAAN RANTAI PASOK
TERHADAP KINERJA DAN DAYA SAING UMKM
(Studi Kasus di Klaster UMKM Keripik Gadung,
Kabupaten Tulungagung)**

SKRIPSI

**Oleh:
Marisah Endi Anggraini
145100301111034**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Teknik**



**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul TA : Analisis Keterkaitan Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan Daya Saing UMKM (Studi Kasus di Klaster UMKM Keripik Gadung Kabupaten Tulungagung)

Nama Mahasiswa : Mansah Endi Anggraini

NIM : 145100301111034

Jurusan : Teknologi Industri Pertanian

Fakultas : Teknologi Pertanian

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,



Dr. Siti Asmaul M, STP,MP.

NIP. 19740608 199903 2 001



Rizky Luthfian R.S, STP,MSc.

NIP. 19880417 201504 1 002

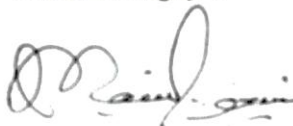
Tanggal Persetujuan:.....

Tanggal Persetujuan:.....

LEMBAR PENGESAHAN

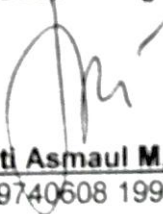
Judul TA : Analisis Keterkaitan Kelembagaan
Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan
Daya Saing UMKM (Studi Kasus di
Klaster UMKM Keripik Gadung
Kabupaten Tulungagung)
Nama Mahasiswa : Marisah Endi Anggraini
NIM : 145100301111034
Jurusan : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknologi Pertanian

Dosen Penguji I,



Masud Effendi, STP, MP,
NIP. 19800823 200501 1 003

Dosen Penguji II,



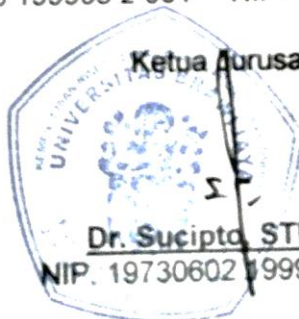
Dr. Siti Asmaul M, STP, MP,
NIP. 19740608 199903 2 001

Dosen Penguji III,



Rizky Luthfian R.S, STP, MSc.
NIP. 19880417 201504 1 002

Ketua Jurusan,



Dr. Sucipto, STP., MP
NIP. 19730602 199903 1 001

Tanggal Lulus TA:.....

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Marisah Endi Anggraini, lahir di Surabaya pada tanggal 22 Juli 1996. Penulis merupakan putri tunggal dari pasangan Moch Marsono dan Winarti. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN Jeruk Legi 02 pada tahun 2008, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP AL-ISLAM Krian dengan tahun kelulusan 2011. Penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas di SMA AL-ISLAM Krian dan selesai pada tahun 2014. Pada tahun 2018 penulis telah berhasil menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Brawijaya Malang dengan jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian. Beberapa aktivitas yang diikuti selama menjadi mahasiswa diantaranya adalah tergabung sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Teknologi Industri Pertanian (HIMATITAN) sebagai staff muda pada periode 2014-2015, staff pada periode 2015-2016 dan staff ahli pada periode 2016-2017. Pengalaman kepanitiaan penulis yaitu staff keamanan PKM STULABO 2015, Staff kemaanan PKK FTP 2016, Staff Marketing Hi-Great 2016. Serta penulis juga pernah menjabat sebagai Koordinator *Screening Comittee* Panitia Bina Desa HIMATITAN 2017. Penulis juga pernah menjabat sebagai koordinator asisten praktikum Analisis dan Evaluasi Produk Agroindustri 2017, wakil koordinator asisten praktikum Sistem dan Teknologi Informasi 2018.

The logo of Universitas Brawijaya is a large, light gray shield-shaped emblem. It features a central figure, likely a deity or historical figure, holding various symbolic objects. The text "UNIVERSITAS BRAWIJAYA" is written in a semi-circle above the figure.

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

*Alhamdulillah Robbil 'Alamin,
for this whole experience and lessons.
This little gift belongs to those who support me along the way,
Ayah, Ibu, Apo and my family.
Also, thanks to those who make the process feels much more
enjoyable,
My best friend*

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Marisah Endi Anggraini

NIM : 145100301111034

Jurusan : Teknologi Industri Pertanian

Fakultas : Teknologi Pertanian

Judul TA : Analisis Keterkaitan Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan Daya Saing UMKM (Studi Kasus di Klaster UMKM Keripik Gadung Kabupaten Tulungagung)

Menyatakan bahwa,
TA dengan judul di atas merupakan karya asli penulis tersebut di atas. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar saya bersedia dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Malang, April 2018
Pembuat Pernyataan,

Marisah Endi Anggraini
NIM. 145100301111034

MARISAH ENDI ANGGRAINI. 145100301111034. Analisis Keterkaitan Kelembagaan Rantai Pasok terhadap Kinerja dan Daya Saing UMKM (Studi Kasus di Klaster UMKM Keripik Gadung, Kabupaten Tulungagung). TA. Pembimbing: Dr. Siti Asmaul Mustaniroh, STP,MP. dan Rizky Luthfian R.S., STP,MSc.

RINGKASAN

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang sebagian besar wilayah daerahnya pegunungan yang relatif tandus dan merupakan pegunungan kapur selatan Jawa Timur. Salah satu produk yang potensial untuk dijadikan produk unggulan khas Tulungagung adalah produk keripik gadung. Salah satu UMKM yang dikenal dengan produk keripik gadung terletak di Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung. Saat ini kinerja UMKM keripik gadung Kecamatan Kalidawir belum optimal karena beberapa kendala terkait manajemen rantai pasok. Kendala pertama persediaan bahan baku yang kurang baik, bahan baku bersifat musiman dan harus didatangkan dari luar Kabupaten Tulungagung sehingga harus mengeluarkan biaya lebih besar untuk memenuhinya. Permasalahan lain yaitu keterbatasan akses pasar peran kelembagaan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha pada UMKM kripik gadung. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kelembagaan rantai pasok terhadap kinerja dan daya saing UMKM dan pengaruh kinerja terhadap daya saing UMKM.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah GSCA (*Generalized Structured Component Analysis*). Responden berjumlah 20 orang yang berasal dari pemilik UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir. Variabel pada penelitian ini adalah kelembagaan rantai pasok (4 indikator), kinerja UMKM (3 indikator), dan daya saing usaha (3 indikator). Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai AFIT sebesar 0,439. Kelembagaan rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Komitmen merupakan indikator yang memberi pengaruh besar pada kelembagaan rantai pasok. Kelembagaan rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan

terhadap daya saing usaha. Adanya daya saing yang tinggi dihasilkan karena SDM yang terampil. Pada kinerja UMKM dan daya saing usaha berpengaruh positif dan tidak signifikan. Adanya peningkatan daya saing tidak didasarkan pada peningkatan dan penurunan kinerja, melainkan pada adanya kesempatan saling *sharing* antar pengusaha. Berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa kinerja usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing usaha.

Kata Kunci: Kelembagaan Rantai Pasok, Kinerja, Daya Saing.

MARISAH ENDI ANGGRAINI. 145100301111034. *Analysis of Institution Supply Chain Linkages on Performance and Competitiveness of SMEs (Case Study on SMEs Cluster Gadung Chips, Tulungagung)*. TA. Supervisor: Dr. Siti Asmaul Mustaniroh, STP,MP. Co-Supervisor: Rizky Luthfian R.S., STP,MSc.

SUMMARY

Tulungagung regency is one of the districts in East Java that most of the region is relatively barren mountains and is the southern limestone mountains of East Java. One of the potential products to be a superior product of Tulungagung is the product of gadung chips. One of the MSME (Micro, Small, and Medium Enterprise) products is gadung chips which is produced in Kalidawir sub-district, Tulungagung regency. Currently, the MSME performance of gadung chips production in Kalidawir is not optimal yet, due to some obstacles related to supply chain management. The first obstacle is poor supply of raw material due to seasonal-produce raw material and imported from outside of the district. The other obstacle is the limited access to the market. The role of institutional management is highly needed to increase the performance and competitiveness of the MSME of gadung chips. The purpose of this research is to acknowledge the effect of the supply chain institutional towards the performance and competitiveness of MSME. In addition, the purpose is also to observe the working performance effect towards the MSME competitiveness.

The approach applied in this research is GSCA (Generalized Structured Component Analysis). The research involves 20 respondents who are the owner the gadung chips MSME in Kalidawir. The variables used in this research are the supply chain institutional (4 indicators), the MSME working performance (3 indicators), and the competitiveness of the MSME (3 indicators). According to the research, it can be shown that value of AFIT equal to 0.439. Institutional supply chain has positive and significant impact to the performance of MSMEs. Commitment is an indicator that gives a big impact to the supply

chain institutional. Institutional supply chain has positive and significant impact on business competitiveness. The existence of high competitiveness resulting because of skilled human resources. The performance of SMEs and business competitiveness has positive and does not significant impact. The increase of competitiveness is not based on the improvement and decrease of performance, but on the occasion of mutual sharing between entrepreneurs. Based on the results of the study also known that business performance has positive and significant impact in mediating the relationship between institutional supply chain to business competitiveness.

Keywords: Supply Chain Institutional, Performance, Competitiveness.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Keterkaitan Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan Daya Saing UMKM (Studi Kasus di Klaster UMKM Keripik Gadung, Kabupaten Tulungagung)”. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, petunjuk, bimbingan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Siti Asmaul M,STP, MP selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi serta memberi masukan yang bermanfaat kepada penulis.
2. Bapak Rizky Luthfian R.S, STP,M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi serta memberi masukan yang bermanfaat.
3. Bapak Mas’ud Effendi,STP, MP selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan motivasi serta memberi masukan yang bermanfaat.
4. Bapak Dr. Sucipto, STP, MP selaku Ketua Jurusan Teknologi Industri Pertanian Universitas Brawijaya Malang.
5. Orang tua, keluarga dan sahabat *success women* yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan TA.
6. Terimakasih kepada Sari, Neno, Iqbal, Vino, Bima dan Rima yang selalu memberikan bantuan kepada penulis saat mengerjakan tugas akhir

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan dalam penyusunan laporan skripsi ini. Sehingga, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penulisan laporan yang lebih baik.

Malang, April 2018

Marisah Endi Anggraini

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
RIWAYAT HIDUP.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	v
RINGKASAN.....	vi
SUMMARY.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Klaster UMKM.....	5
2.2 Keripik Gadung.....	5
2.3 Kelembagaan Rantai Pasok.....	6
2.4 Kinerja Usaha.....	9
2.5 Daya Saing Usaha.....	11
2.6 <i>Generalized Structured Component Analysis (GSCA)</i>	13
2.7 Penelitian Terdahulu.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	17
3.2 Prosedur Penelitian.....	17
3.2.1 Survei Pendahuluan.....	17
3.2.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	17
3.2.3 Studi Literatur.....	18
3.2.4 Penentuan Metode Pengumpulan Data.....	20
3.2.5 Identifikasi Variabel.....	20
3.2.6 Penentuan Populasi dan Sampel.....	22
3.2.7 Penyusunan Kuisisioner.....	23
3.2.8 Pengujian Instrumen.....	24
3.2.9 Metode Analisis Data.....	25

3.2.10 Analisis dan Pembahasan Hasil.....	32
3.2.11 Kesimpulan dan Saran.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Profil Klaster UMKM Keripik Gadung di Kabupaten Tulungagung	33
4.2 Karakteristik Responden.....	34
4.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	37
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelembagaan Rantai Pasok	37
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Usaha	41
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Saing Usaha	43
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	46
4.4.1 Uji Validitas.....	46
4.4.2 Uji Reliabilitas	47
4.4.3 Uji Linieritas	48
4.5 Analisis Data Menggunakan GSCA	48
4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
4.5.2 Pengujian Goodness of Fit.....	61
4.5.3 Pengujian Hipotesis	62
4.6 Implikasi Manajerial	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Syarat Mutu Keripik.....	6
Tabel 2. 2 Penelitian Tedahulu	14
Tabel 2. 3 Penelitian Tedahulu (Lanjutan)	15
Tabel 3. 1 Identifikasi Variabel.....	21
Tabel 3. 2 Identifikasi Variabel (Lanjutan)	22
Tabel 3. 3 Skala Likert	24
Tabel 3. 4 Evaluasi nilai Goodness of Fit.....	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	35
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelembagaan Rantai Pasok.....	38
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Usaha ...	41
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Saing Usaha	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas	48
Tabel 4. 8 Hasil Pengukuran Model Variabel Kelembagaan Rantai Pasok	51
Tabel 4. 9 Hasil Pengukuran Model Variabel Kinerja Usaha	55
Tabel 4. 10 Hasil Pengukuran Model Variabel Kinerja Usaha (Lanjutan)	56
Tabel 4. 11 Hasil Pengukuran Model Variabel Daya Saing Usaha	59
Tabel 4. 12 Model Fit Struktural.....	61
Tabel 4. 13 Koefisien Model Struktural	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1	Diagram Alir Prosedur Penelitian	19
Gambar 3. 2	Langkah-Langkah Metode GSCA	25
Gambar 3. 3	Diagram Jalur	27
Gambar 4. 1	Diagram Konstruk Model	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2. Kuesioner Responden	86
Lampiran 3. Profil UMKM	90
Lampiran 4. Uji Validitas	91
Lampiran 5. Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 6. Uji Linieritas	95
Lampiran 7. Output GESCA.....	97
Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung..	100

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran sebagai kunci pengaman perekonomian nasional, dapat dilihat pengembangan industri tidak hanya berfokus pada industri besar saja tetapi juga berfokus pada industri kecil. Menurut Lestari (2010), Pengembangan ekonomi lokal bukanlah hal yang baru, tetapi konsep pengembangan ekonomi lokal dan teknik implementasinya terus berkembang. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung (2013), Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan sebagai kunci pengaman ekonomi nasional dilihat dari sumbangsih UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional sebesar 60,34% sedangkan sisanya disumbang oleh sektor usaha besar.

Potensi yang dimiliki Kabupaten Tulungagung sangat beragam. Menurut Kepala Bagian UMKM Kabupaten Tulungagung, usaha mikro di Kabupaten Tulungagung masih menjadi usaha terbesar jika dibandingkan usaha lainnya, pada tahun 2013 ada 31.171 usaha mikro di Tulungagung. Hal tersebut berdampak pada nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tulungagung Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) secara keseluruhan mengalami kenaikan sebesar 12,53 persen. Kabupaten Tulungagung adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang sebagian besar wilayah daerah pegunungan yang relatif tandus, yang merupakan bagian dari pegunungan kapur selatan Jawa Timur. Salah satu produk yang potensial untuk dijadikan produk unggulan khas Tulungagung adalah produk keripik gadung. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi Kabupaten Tulungagung (2016). Salah satu UMKM yang dikenal dengan produk keripik gadung terletak di Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan data Dinas Perindustrian Kabupaten Tulungagung (2015) terdapat 79 UMKM yang memproduksi keripik gadung di Kabupaten Tulungagung, dimana 49 UMKM di Kecamatan Campur Darat dan 30 UMKM di Kecamatan Kalidawir. Berdasarkan penelitian terdahulu telah didapatkan kluster

UMKM kripik gadung. Kapasitas produksi klaster UMKM kripik gadung berkisaran 1-2 kwintal. Jika dilihat dari skala usaha, industri gadung di Kecamatan Kalidawir didominasi oleh usaha berskala mikro, yaitu usaha produktif milik perorangan. Hal ini menyebabkan kinerja UMKM kurang optimal, sehingga perlu adanya strategi pengembangan usaha dalam klaster berdasarkan beberapa pertimbangan indikator yaitu kapasitas produksi, lama beroperasi, jumlah tenaga kerja, dan rata-rata penjualan per bulan (Trisnaningtyas, 2017).

Kelembagaan rantai pasok merupakan bentuk interaksi yang berkesinambungan dalam suatu manajemen rantai pasok. Kelembagaan rantai pasok pada hakekatnya menganalisis hubungan interaksi vertikal antar pelaku dalam rantai pasok (Sejati, 2011). Kelembagaan rantai pasok terdiri dari pemerintah, pemasok dan koperasi. Bentuk dukungan kelembagaan yang dapat diberikan berupa pengadaan program bantuan pinjaman, pelatihan dan pameran dagang. Apabila kelembagaan rantai pasok bekerja dengan optimal maka kinerja UMKM juga diharapkan akan meningkat (Ardiana *et al.*, 2010). Saat ini pemerintah terus melakukan pengembangan terhadap UMKM yang ada di Indonesia agar mampu berkiprah dalam persaingan global. Daya saing merupakan kemampuan organisasi untuk menghasilkan keunggulan bisnis disemua bidang aktivitasnya (Ajitabh, 2008). Persaingan yang muncul disetiap usaha mengharuskan pemilik usaha untuk terus meningkatkan daya saing diberbagai aspek agar tetap bertahan dan unggul dari yang lain. Selain meningkatkan daya saing, kinerja suatu UMKM juga berhubungan dengan keberhasilan UMKM dalam memanajemen rantai pasok. Menerapkan rantai pasokan yang efektif, perusahaan harus menjadikan pemasok sebagai bagian dari strategi jangka panjang perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang beragam, kualitas produk yang tinggi, penurunan biaya, dan kecepatan merespon pasar (Heizer dan Render, 2011). Kemampuan ini disebut sebagai daya saing yang sangat penting bagi UMKM dalam rangka memperkokoh pangsa pasar (Meliala *et al.*, 2014).

Pengembangan strategi saja tidaklah cukup untuk mengoptimalkan potensi UMKM apabila tidak didukung oleh pengelolaan rantai pasok yang baik. Kinerja UMKM keripik gadung Kalidawir saat ini belum optimal. Beberapa permasalahan yang dihadapi dalam kelembagaan rantai pasok UMKM keripik gadung Kalidawir adalah persediaan bahan baku yang kurang baik, dikarenakan bahan baku gadung bersifat musiman dan harus didatangkan dari luar Kabupaten Tulungagung sehingga pada saat bahan baku dibutuhkan untuk proses produksi pemilik UMKM harus mengeluarkan biaya lebih besar untuk memenuhinya. Keterbatasan akses pasar yang menyebabkan UMKM keripik gadung di Kalidawir hanya mampu mendistribusikan produk setengah jadi dengan area distribusi yang sama pada setiap tahunnya. Peran kelembagaan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha pada UMKM keripik gadung. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan rantai pasok khususnya pada UMKM sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup usaha karena makin kompetitifnya tuntutan persaingan (Ariani dan Bambang, 2013).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan daya saing UMKM keripik gadung adalah metode *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). GSCA adalah sebuah metode komponen berbasis *Structural Equation Modeling* (SEM), yang bisa diaplikasikan dengan menggunakan sampel kecil (Solimun, 2012). GSCA merupakan metode analisis yang *powerful* karena tidak didasarkan pada banyak asumsi, data tidak harus berdistribusi normal, sampel tidak harus dalam jumlah besar, serta dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten (Kusumadewi dan Ghozali, 2013). Kelebihan GSCA adalah merupakan metode analisis hebat yang tidak memerlukan banyak asumsi dan memungkinkan untuk menganalisis satu set laten variabel secara simultan, metode GSCA lebih mudah dijalankan karena tidak memerlukan modifikasi indeks dan GSCA sesuai untuk generalisasi dari sampel yang relatif kecil (Jumady, 2016).

1.2 Rumusan Masalah

Kelembagaan rantai pasok pengolahan pada UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir belum beroperasi secara optimal terutama dalam pengendalian bahan baku dan pemasaran. Kondisi ini menyebabkan rendahnya kinerja dan daya saing UMKM keripik gadung. Perlu adanya peran dari kelembagaan rantai pasok dalam memberikan fasilitas serta informasi guna meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM keripik gadung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh kelembagaan rantai pasok terhadap kinerja UMKM
2. Menganalisis pengaruh kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing UMKM
3. Menganalisis pengaruh kinerja UMKM terhadap daya saing UMKM
4. Menganalisis pengaruh kinerja dalam memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok dengan daya saing UMKM

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi UMKM, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi UMKM keripik gadung Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung agar dapat meningkatkan kinerja, sehingga dapat bersaing dan mengembangkan usahanya.
2. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk meningkatkan lagi peran pemerintah dalam mengembangkan potensi UMKM, sehingga UMKM tidak hanya mampu membantu pemerintah merealisasikan pemerataan kesejahteraan, namun juga mampu bersaing di pasar bebas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Klaster UMKM

Klaster adalah berkumpulnya industri dan lembaga yang saling berhubungan satu sama lain yang membuat keterkaitan saling mendukung dalam mengeksplorasi dan memanfaatkan ilmu pengetahuan (Dipta, 2010). Industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis atau dapat merujuk ke suatu sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi (Swastha dan Ibnu, 1993). Adapun pendekatan klaster merupakan aglomerasi ekonomi yang melibatkan pelaku dari hulu ke hilir, sehingga memungkinkan penggabungan skala usaha antar pelaku UMKM, dan karenanya dapat mengeliminasi beberapa kelemahan UMKM terutama di bidang produksi dan pemasaran (Ferdinand, 2016). Pembentukan klaster juga berfungsi untuk mengurangi *gap* atau kesenjangan sosial antar pelaku UMKM (Akcomak, 2009).

Industri kecil mempunyai peranan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan klaster industri kecil merupakan salah satu kebijakan yang diterapkan pemerintah untuk dapat memajukan industri. Klaster ialah aglomerasi dari perusahaan-perusahaan sejenis yang beroperasi pada desa atau daerah yang sama di perkotaan (Widjajani dan Yudoko, 2008). Adapun pendekatan klaster merupakan aglomerasi ekonomi yang melibatkan pelaku dari hulu ke hilir, sehingga memungkinkan penggabungan skala usaha antar pelaku UMKM, dan karenanya dapat mengeliminasi beberapa kelemahan UMKM terutama di bidang produksi dan pemasaran (Ferdinand, 2016). Pendekatan klaster dianggap strategis untuk proses penumbuhan kembali modal sosial, peningkatan kapasitas internal UMKM, serta menghadapi tantangan eksternal secara bersama-sama (Widyastutik, dkk, 2010).

2.2 Keripik Gadung

Umbi gadung merupakan salah satu jenis tanaman umbi-umbian yang tumbuh liar di hutan-hutan, pekarangan, maupun

perkebunan. Umbi gadung juga merupakan salah satu sumber pangan berkarbohidrat tinggi. Gadung dapat memenuhi kebutuhan energi tubuh. Karbohidrat dalam gadung didominasi oleh pati. Selain memiliki kandungan karbohidrat juga mengandung racun sianida yang dapat menyebabkan keracunan dan mematikan. Sehingga perlu dilakukan beberapa proses untuk menghilangkan kandungan residu HCN atau meminimalkannya sehingga umbi gadung menjadi aman dan layak untuk dikonsumsi (Samunar dan Estiasih, 2015).

Keripik gadung adalah makanan yang terbuat dari umbi gadung yang diiris tipis kemudian dijemur sampai kering dan selanjutnya digoreng. Makanan ini termasuk jarang ditemui, karena pengolahan umbi gadung menjadi keripik cukup sulit dengan adanya racun yang terdapat dalam umbi tersebut. Standar mutu keripik telah ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional dan dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Syarat Mutu Keripik

No	Uraian	Satuan	Persyaratan
1	Keadaan: - Penampakan - Ukuran - Bagian yang tidak utuh (%b/b) - Tekstur - Warna - Ganda rasa	- - - - - -	Kering Seragam Maks. 5 Renyah Kuning sampai kuning kecoklatan normal
2	Jamur	-	Tidak ternyata
3	Air (% b/b)	-	Maks. 3
4	Protein (% b/b)	-	Min. 20
5	Asam lemak bebas dihitung sebagai asam laurat (% b/b)	-	Maks.1
6	Abu (% b/b)	-	Maks. 3.0
7	Serat kasar (% b/b)	-	Maks. 3.0

Sumber: Badan Standarisasi Nasional (1992)

2.3 Kelembagaan Rantai Pasok

Kelembagaan merupakan fenomena sosial ekonomi yang berkaitan dengan hubungan antara dua atau lebih pelaku

interaksi sosial ekonomi yang mencakup aturan-aturan yang telah disepakati oleh para pelaku interaksi, disertai analisis hasil akhir yang diperoleh dari interaksi yang terjadi. Kelembagaan rantai pasok pada hakekatnya menganalisis hubungan interaksi vertikal antara pelaku dalam rantai pasok (Sejati, 2011). Suatu kelembagaan dibentuk selalu bertujuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia sehingga lembaga mempunyai fungsi. Kelembagaan merupakan konsep yang berpadu dengan struktur, artinya tidak saja melibatkan pola aktivitas yang lahir dari segi sosial untuk memenuhi kebutuhan manusia tetapi juga pola organisasi untuk melaksanakannya (Anantanyu, 2011).

Rantai pasok adalah gambaran suatu organisasi yang saling berhubungan. Menurut Chopra dan Meindl (2007), terdapat tiga aliran dalam sebuah rantai pasok, yaitu aliran informasi, produk dan uang. Tujuan utama dari setiap rantai pasok adalah memastikan bahwa sebuah produk berada pada tempat dan waktu yang tepat untuk memenuhi permintaan konsumen tanpa menciptakan persediaan yang berlebih atau kurang (Srihartati, 2004). Prinsip manajemen rantai pasokan pada dasarnya merupakan sinkronisasi dan koordinasi aktivitas-aktivitas yang terkait dalam aliran material/produk. Sebuah rantai pasokan sederhana memiliki komponen yang disebut dengan *channel*. *Channel* terdiri atas pemasok, manufaktur, pusat distribusi, pedagang besar dan pedagang pengecer yang semuanya bekerja untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir (Rahayu, 2015).

Penerapan utama kelembagaan adalah untuk mengurangi ketidakaturan dengan menentukan suatu struktur yang stabil bagi interaksi manusia. Suatu kelembagaan harus dapat menjadi wadah akses secara adil terhadap input faktor, yang mampu memberikan aturan dan acuan secara adil bagi setiap pelaku dalam kelembagaan guna mencapai efisiensi dan efektivitas dalam alokasi sumber daya kepada semua unsur yang terlibat, dan mampu mendistribusikan hasil proses pemanfaatan sumber daya untuk mencapai tujuan yang dikehendaki (Maflahah, 2010). Kelembagaan terkait dengan tiga persoalan utama, yaitu distribusi hak dan tanggung jawab di antara para pelaku, biaya koordinasi atau interaksi antara

pelaku dan bagaimana struktur organisasi kelembagaan mempengaruhi perspektif, kepentingan dan motivasi pelaku (Angelsen, 2010). Kelembagaan rantai pasok pada hakekatnya menganalisis hubungan interaksi vertikal antar pelaku dalam rantai pasok (Sejati, 2011). Variabel-variabel yang mempengaruhi kelembagaan rantai pasok adalah sebagai berikut:

1. Kepercayaan

Kepercayaan (*trust*) yang terbangun di antara anggota rantai pasok mampu mendukung kelancaran aktivitas rantai pasokan. Kepercayaan di antara pihak-pihak yang bekerjasama dibangun untuk membuat kesepakatan. *Trust building* yang terbangun di dalam rantai pasokan dapat menciptakan rantai pasok yang kuat (Marimin dan Maghfiroh, 2010).

2. Komitmen

Komitmen untuk rantai pasokan mendorong para pemain untuk mengenali strategi keseluruhan dan melihat pentingnya peran mereka ditugaskan dalam konteks dari keseluruhan sistem. Oleh karena itu, meningkatkan komitmen untuk rantai pasokan merupakan langkah penting pertama untuk meningkatkan profitabilitas (Higuchi and Troutt, 2008).

3. Komunikasi

Komunikasi juga berpengaruh dalam kinerja usaha karena dalam sebuah rantai pasok terdapat aliran informasi. Aliran komunikasi secara terus menerus antara mitra kerja baik formal maupun informal akan berkontribusi untuk suatu perencanaan yang lebih baik dalam sebuah rangkaian rantai pasok (Miguel dan Brito, 2011). Teknologi informasi bisa dimanfaatkan dalam meningkatkan kualitas komunikasi dari waktu ke waktu (*realtime*). Kelancaran arus informasi akan menciptakan transparansi yang lebih baik antara pihak yang terlibat dalam rantai pasok (Astuti *et al.*, 2010).

4. Kemitraan

Hubungan kemitraan dalam konteks rantai pasok, memiliki orientasi jangka panjang yang lahir dari pendekatan relasional. Menurut Ferrer *et al* (2010), memandang tipe

hubungan kolaborasi sebagai hubungan yang lebih tahan lama dimana tiap pihak berusaha membawa organisasi pada struktur baru dengan berkomitmen penuh, visi misi yang sama dan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

2.4 Kinerja Usaha

Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi (Ranto, 2007). Menurut Purwidiyanti dan Rahayu (2015) Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Jadi kinerja adalah prestasi yang dicapai suatu organisasi atau entitas dalam periode akuntansi tertentu yang diukur berdasarkan perbandingan dengan berbagai standar.

Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal (Wang dan Wong, 2004). Keberhasilan tergantung dari kemampuan dalam mengelola kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha. Menurut Haeruman (2000) tantangan internal bagi UMKM terutama dalam pengembangannya mencakup aspek yang luas yakni peningkatan kualitas sumber daya manusia, kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi, kompetensi kewirausahaan, akses yang lebih luas terhadap permodalan, informasi pasar yang transparan, faktor input produksi lainnya, dan iklim usaha yang sehat yang mendukung inovasi, kewirausahaan, dan praktek bisnis serta persaingan yang sehat. Lu dan Beamish (2011) juga berpendapat semakin kuat hubungan antar pelaku rantai pasok maka semakin meningkat kinerja keseluruhan dari anggota pada sebuah jaringan rantai pasok. Peningkatan kinerja usaha menurut Handriani (2011) memiliki pengaruh positif terhadap

peningkatan daya saing usaha. Hal ini menyebabkan kelembagaan rantai pasok secara tidak langsung berpengaruh dalam meningkatkan daya saing UMKM dengan mediasi variabel kinerja usaha. Hal tersebut juga didukung oleh Yuhua dan Bayhaqi (2013) bahwa semakin tinggi *value* yang dimiliki oleh suatu usaha, maka semakin besar kesempatan usaha tersebut untuk terlibat dalam rantai pasok dengan skala yang lebih besar

Said (2004) menjelaskan dengan adanya peningkatan nilai kewirausahaan, kemampuan pemasaran, teknologi dan pengelolaan keuangan maka tentunya prestasi usaha kecil akan meningkat. Faktor eksternal meliputi jaringan sosial, legalitas, dukungan pemerintah, pembinaan, teknologi, dan akses kepada informasi (Jauch dan Glueck, 2000). Keberhasilan akan tercapai jika adanya kesesuaian antara faktor internal dengan faktor eksternal melalui penerapan cara yang tepat. Kinerja usaha dapat terindikasi oleh beberapa variabel di antaranya adalah:

1. Keuntungan Perusahaan

Menurut Gitman (2009), profitabilitas adalah hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dengan menggunakan aset perusahaan, baik lancar maupun tetap dalam aktivitas produksi. Peningkatan profitabilitas dapat dilakukan melalui penjualan maupun pengelolaan persediaan secara maksimal dan juga penekanan biaya operasional seminimal mungkin agar perusahaan mampu memperoleh laba yang tinggi (Lia, 2015).

2. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi adalah banyaknya jumlah *output* atau produk yang dihasilkan dari proses produksi untuk setiap elemen pekerjaan. Kapasitas produksi dipengaruhi oleh faktor-faktor antara lain batasan permintaan, kapasitas mesin yang dibatasi oleh kapasitas teknis, jumlah dan kemampuan tenaga kerja pengelola proses produksi, serta kemungkinan adanya perubahan teknologi produksi di masa datang (Arifini, 2013). Perkiraan kapasitas produksi dapat dilakukan dengan cara memperkirakan tingkat permintaan potensial terhadap produk di masa depan dengan

memperkirakan ketersediaan bahan baku (Abbas dan Wiwi, 2008).

3. Volume Penjualan

Indikator kinerja utama yaitu pertumbuhan profit dan volume penjualan yang diukur dengan skala presentase. Beberapa pakar menyatakan bahwa untuk mengukur keuangan yang ada di usaha kecil menengah maka dengan menghitung profit dan juga volume penjualan dari UKM (Erwina *et al.*, 2015). Meningkatnya penjualan produk digunakan sebagai perbandingan dan tolak ukur kinerja perusahaan apakah SDM sudah maksimal atau belum (Royan, 2007).

2.5 Daya Saing Usaha

Menurut Wardhani dan Yulia (2010), daya saing merupakan kemampuan dari suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya. Keunggulan bersaing merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Daya saing sebagai dasar keunggulan organisasi yang mampu menghasilkan sesuatu yang berbeda atau lebih baik dibandingkan pihak lain yang biasanya melibatkan pemikiran, teknologi dan kerja sama karyawan. Terdapat faktor daya saing yaitu SDM, Fisik, Ilmu pengetahuan, modal dan infrastruktur. Keunggulan daya saing dari faktor-faktor tergantung pada bagaimana efisiensi dan efektivitas faktor-faktor tersebut menyebar (OECD, 2012).

Daya saing dapat diciptakan maupun ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat, salah satunya pengelolaan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain itu, penentuan strategi yang tepat harus disesuaikan dengan seluruh aktivitas dari fungsi perusahaan, sehingga akan menciptakan kinerja perusahaan sesuai dengan yang diharapkan bahan lebih dan dapat menghasilkan nilai (Nuvriasari *et al.*, 2015). Menurut Hadriana (2009), daya saing usaha kecil diartikan sebagai tingkat sampai sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi permintaan pasar baik domestik

maupun internasional dalam memproduksi barang dan jasa, dengan tetap mempertahankan atau meningkatkan pendapatan perusahaan dan karyawan. Variabel-variabel yang mempengaruhi daya saing antara lain:

1. Sumber Daya Manusia

Kualitas sumber daya manusia sangat penting peranannya, terutama dalam mendukung peningkatan kinerja pemasaran. Sumber daya manusia perlu mendapatkan pelatihan untuk menambah wawasan, meningkatkan kemampuan dan memperluas jaringan usaha (Santoso *et al.*, 2015). Menurut Muogbo (2013), tidak hanya meningkatkan kinerja, manajemen yang baik dalam pengelolaan sumber daya manusia sangat berpengaruh dalam meningkatkan komitmen serta daya saing UMKM.

2. Inovasi Produk

Inovasi adalah suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses atau jasa (Robbins, 2002). Inovasi produk merupakan gabungan dari berbagai macam proses yang merupakan saling mempengaruhi satu sama lain (Kotler, 2007). Menurut Mustikowati dan Irma (2014), semakin baik inovasi yang dimiliki oleh UMKM maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik. Inovasi yang dilakukan dapat digunakan sebagai landasan bagi perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam jangka panjang.

3. Akses Pasar

Pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Strategi pemasaran dapat dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh (Wibowo *et al.*, 2015). Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Chandra, 2002).

2.6 *Generalized Structured Component Analysis (GSCA)*

Menurut Ghazali (2008), *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA) merupakan SEM berbasis varians. SEM berbasis varians merupakan *soft modelling* yang tidak memiliki dasar asumsi distribusi normal, jumlah data tidak harus besar dan dapat menganalisis secara bersamaan indikator dengan bentuk reflektif dan formatif. Kelebihan GSCA adalah memiliki optimasi global dan tetap mempertahankan asumsi keterkaitan dengan distribusi minim dan sebaran tidak tepat. Model GSCA dibagi menjadi dua yaitu model pengukuran dan model struktural. Model pengukuran menggambarkan hubungan antara variabel laten dan indikator, sedangkan struktural menggambarkan hubungan antara variabel laten (Loehlien, 2004).

Menurut Hwang dan Takane (2014), Langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk menganalisis data dengan GSCA, meliputi:

1. Merancang Model Pengukuran

Model pengukuran menentukan hubungan antara indikator dengan variabel laten. Model ini juga disebut model luar dalam literatur *Partial Least Square* (PLS). Indikator dianggap reflektif atau searah jika membentuk variabel latennya. Pada model pengukuran ini yang digunakan hanya indikator reflektif karena indikator formatif ditangani oleh sub model yang berbeda.

2. Merancang Model Struktural

Model struktural mengungkapkan hubungan antara variabel laten, yang juga disebut model variabel laten kuadrat dalam jalur model struktural. Model prototipe dapat dianggap rekursif karena tidak ada hubungan timbal balik antara variabel laten. *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA) juga dapat menangani hubungan non rekursif antara variabel laten.

3. Mempertimbangkan Hubungan antar Model

Generalized Structured Component Analysis (GSCA) mendefinisikan variabel laten sebagai komponen atau indikator komposit tertimbang. Model hubungan yang terukur

digunakan secara eksplisit untuk mengungkapkan hubungan seperti antara indikator dan variabel laten.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah studi yang dilakukan untuk memperoleh informasi tentang penelitian yang akan dilakukan terlihat pada **Tabel 2.2**.

Tabel 2. 2 Penelitian Tedahulu

No	Penulis	Jurnal	Hasil
1.	Astuti, dkk, 2010	Jurnal manajemen bisnis, vol 3(1)	Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi kebutuhan dan struktur kelembagaan pada rantai pasok buah manggis yang baru terbentuk di kabupaten bogor untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas rantai pasok. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan modal dan ketersediaan teknologi akan saling mendukung untuk memenuhi kebutuhan SDM yang berkualitas dalam rantai pasok.
2.	Yo'kab, 2016	<i>International Journal Of Business And Society</i> .17 (1):99-112	Penelitian ini digunakan untuk menguji faktor-faktor keterkaitan rantai pasokan yang mempengaruhi kinerja usaha mikro dan usaha kecil. Metode yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan tiga faktor yang diusulkan, yaitu <i>sharing</i> informasi, program pengembangan dan <i>outsourcing</i> . Sebanyak 214 set kuesioner diselesaikan oleh pemilik dan personil perusahaan dari 13 sektor industri. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa program <i>sharing</i> dan pengembangan informasi memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan kinerja perusahaan.

Tabel 2. 3 Penelitian Tedahulu (Lanjutan)

3.	Santoso, dkk, 2015	Jurnal Manajemen & Agribisnis. Vol 12 (3)	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kredit dan sumber daya manusia (SDM) terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan pemasaran sebagai variabel antara. Metode analisis yang digunakan adalah <i>Generalized Structured Component Analysis</i> (GSCA). Variabel kredit dan SDM berpengaruh positif terhadap pemasaran dan pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Nilai FIT dan AFIT adalah sebesar 0,523 dan 0,495. Disimpulkan bahwa total varians semua variabel yang dapat dijelaskan oleh model adalah 52,3 % sedangkan sisanya 47,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.
4.	Hayat et al., 2012	<i>Journal of Management and Administrative Science</i> . Vol 5 (1)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji argumentasi teori secara empiris untuk meningkatkan hubungan rantai pasok pada UKM di Pakistan. Variabel yang digunakan adalah komitmen, kelembagaan, pemahaman, aliran informasi dan pembuatan keputusan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kelembagaan memiliki pengaruh terkuat dalam meningkatkan hubungan rantai pasok. Perlu adanya peran lembaga sebagai penyedia informasi dan penyedia saranan informasi untuk menjaga agar hubungan pelaku dalam rantai pasok tetap berkesinambungan.



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Penelitian ini dilaksanakan pada sentra UMKM keripik gadung, Kabupaten Tulungagung. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan September 2017 sampai Januari 2018. Pengolahan dan analisis data dilakukan di Laboratorium Komputasi dan Analisis Sistem, Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya Malang.

3.2 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan tahapan awal sebelum melakukan penelitian. Prosedur penelitian perlu ditulis agar penelitian menjadi lebih terarah. Prosedur penelitian lebih jelas dapat dilihat pada **Gambar 3.1**.

3.2.1 Survei Pendahuluan

Survei pendahuluan bertujuan untuk mengetahui dan mempelajari keadaan objek yang akan diteliti. Tahapan survei pendahuluan dilakukan untuk mengidentifikasi masalah. Hasil dari identifikasi tersebut dapat digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini. Tahap ini digunakan untuk mengetahui faktor pada kelembagaan rantai pasok yang mempengaruhi kinerja dan daya saing UMKM keripik gadung, Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung.

3.2.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

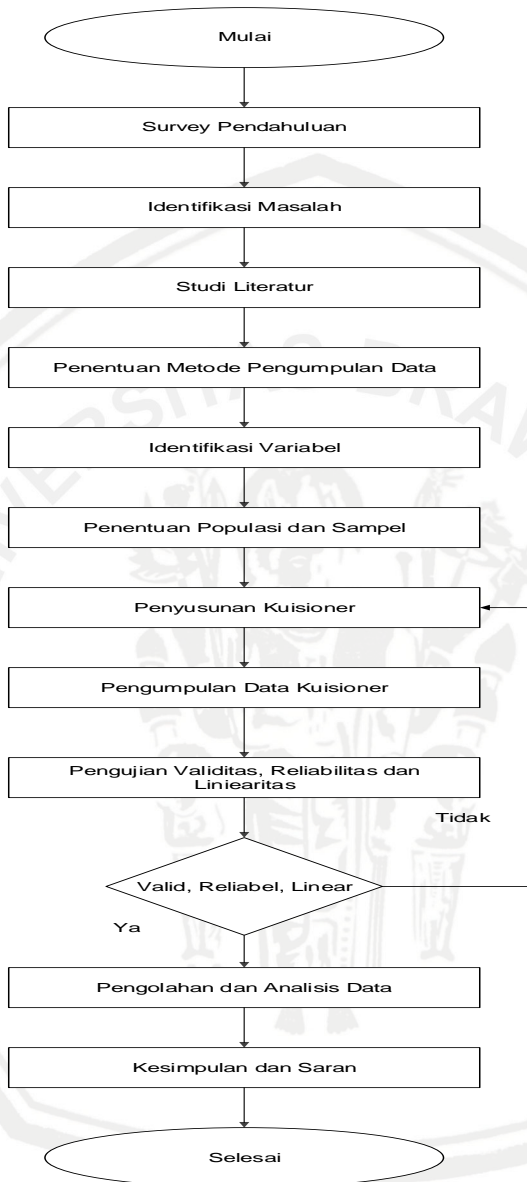
Tahapan perumusan masalah ini dilakukan dengan melakukan survei pendahuluan melalui pengamatan secara langsung untuk mengetahui permasalahan yang ada dan mengidentifikasi penyebab permasalahan pada UMKM. Tahapan ini juga bertujuan untuk mengetahui keterkaitan kelembagaan rantai pasok pada UMKM terhadap kinerja usaha dan daya saing. Perumusan masalah yang muncul adalah bagaimana keterkaitan antara variabel yang ada di UMKM

terhadap kelembagaan rantai pasok, kinerja usaha dan daya saing.

Mengidentifikasi permasalahan dilakukan setelah melakukan survei pendahuluan dan studi literatur. Proses perumusan masalah dilakukan untuk mengetahui masalah yang terdapat pada UMKM keripik gadung yang berkaitan dengan kelembagaan rantai pasok. Permasalahan yang dihadapi pada UMKM keripik gadung yaitu keterbatasan jumlah bahan baku untuk proses produksi sehingga harus mendatangkan dari luar kota yaitu Jawa Tengah. Keterbatasan jumlah produksi mengakibatkan rantai pasokan kepada distributor maupun *retailer* menjadi kurang maksimal serta kontinuitas proses produksi dan produk menjadi kurang maksimal. Hasil dari proses perumusan masalah selanjutnya dapat digunakan sebagai rumusan masalah. Perumusan masalah dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian yang akan dilakukan.

3.2.3 Studi Literatur

Tahap studi literatur dilakukan untuk mencari teori-teori yang mendukung penelitian ini. Studi literatur yang dilakukan berasal dari jurnal, buku, artikel, skripsi maupun penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini. Literatur yang diambil mengenai UMKM, kelembagaan rantai pasok, kinerja usaha, daya saing usaha, metode GSCA, serta penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel yang digunakan.



Gambar 3. 1 Diagram Alir Prosedur Penelitian

3.2.4 Penentuan Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara langsung terhadap keadaan yang ada pada UMKM yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Metode ini menghasilkan gambaran data berupa gambaran keadaan UMKM sesungguhnya yang ada dilapangan.
- 2) Wawancara dilakukan melalui proses tanya jawab secara langsung dengan responden penilai yaitu mahasiswa yang bersangkutan. Wawancara dikembangkan dengan pertanyaan-pertanyaan lain untuk mencari dan menambah informasi secara dalam sehingga data atau informasi yang diperoleh cukup lengkap. Data yang didapat pada metode ini adalah permasalahan yang ada di UMKM objek penelitian yang berkaitan dengan peran lembaga terhadap UMKM, lembaga yang bekerja sama dengan UMKM dan profil UMKM.
- 3) Kuisisioner merupakan metode yang dilakukan dengan cara memberikan kuisisioner kepada para masing-masing pakar. Kuisisioner yang disampaikan kepada responden berisikan pertanyaan yang diisi sendiri oleh responden. Pemberian kuisisioner kepada para pakar bertujuan untuk menggali pendapat responden yang berkaitan dengan penelitian. Pertanyaan yang tertulis pada kuisisioner berdasarkan dengan kondisi UMKM pada saat ini.
- 4) Dokumentasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara mengambil data internal pada UMKM. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian bertujuan sebagai data pendukung data penelitian ini. Data yang dapat mendukung penelitian ini berupa jumlah responden, data hasil kuisisioner, data pendukung lainnya berupa foto ataupun gambar berkaitan dengan penelitian.

3.2.5 Identifikasi Variabel

Variabel merupakan suatu konsep yang memiliki nilai dalam sebuah penelitian. Ciri utama variabel adalah adanya

keanekaragaman dan tingkat mobilitas seperti tinggi, rendah dan sedang (Rangkuti, 2007). Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang akan dikembangkan yaitu kelembagaan rantai pasok, kinerja usaha dan daya saing usaha. Serta menggunakan variabel laten dan variabel observasi. Variabel laten merupakan suatu variabel yang secara tidak langsung teramati, namun peneliti ingin mengetahuinya. Variabel observasi adalah variabel yang berupa data angka atau skala penelitian yang diambil dari kuisioner (Sarwono, 2010). Pada penelitian ini variabel dapat dilihat pada **Tabel 3.1**.

Tabel 3. 1 Identifikasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kelembagaan Rantai Pasok (X ₁)	Serangkaian institusi yang saling berkaitan dalam pengendalian, dari hulu hingga pengguna akhir, yang berperan dalam kelembagaan rantai pasok UMKM yaitu supplier dan retailer, dalam menjalankan kerjasama harus didasari dengan kepercayaan, komitmen yang kuat, komunikasi yang baik dan kemitraan yang terjalin antar pihak.	- Kepercayaan (X ₁) - Komitmen (X ₂) - Komunikasi (X ₃) - Kemitraan (X ₄)	Mamad dan Fatima, 2013

Tabel 3. 2 Identifikasi Variabel (Lanjutan)

Kinerja Usaha (Y_1)	Hasil yang dicapai dalam mencapai target, diantaranya yaitu target produksi setiap hari selalu dapat terpenuhi, Adanya kenaikan penjualan produk tiap bulan, serta adanya kenaikan keuntungan UMKM yang diperoleh tiap bulan.	- Kapasitas Produksi (Y_{11}) - Volume Penjualan (Y_{12}) - Keuntungan Perusahaan (Y_{13})	Munizu, 2010
Daya Saing Usaha (Y_2)	Suatu konsep yang relevan yang dapat memperluas pangsa pasar, beberapa faktor yang mendukung daya saing UMKM yaitu karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan volume kerja yang dibebankan, melakukan inovasi pembaharuan terhadap produk, serta kemampuan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas keluar Kota Malang.	- Sumber Daya Manusia (Y_{21}) - Inovasi Produk (Y_{22}) - Akses Pasar (Y_{23})	Susilo, 2010

3.2.6 Penentuan Populasi dan Sampel

Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan alat analisa dan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan populasi yaitu UMKM harus masih aktif dan masuk ke dalam klaster UMKM keripik gadung Kabupaten Tulungagung serta terdaftar dalam data Dinas

Perindustrian Kabupaten Tulungagung. Populasi target pada penelitian ini adalah seluruh UMKM keripik gadung yang terdapat di Kabupaten Tulungagung sebanyak 79 UMKM dimana 49 UMKM di Kecamatan Campur Darat dan 30 UMKM di Kecamatan Kalidawir. Sementara untuk populasi akses pada penelitian ini adalah UMKM keripik gadung yang terletak di Kecamatan Kalidawir, Kabupaten Tulungagung yaitu hanya menggunakan 20 UMKM yang masih aktif beroperasi dan masih tetap konsisten dalam memproduksi keripik gadung sampai sekarang.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel ini merupakan teknik dengan metode *non probability sampling* yaitu metode yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Pada teknik *purposive sampling* pemilihan elemen-elemen untuk menjadi anggota sampel berdasarkan pada pertimbangan yang tak acak dan bersifat subjektif (Supranto, 2007). Kriteria pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu seluruh UMKM yang memproduksi keripik gadung di Kecamatan Kalidawir sebanyak 20 UMKM. Sampel yang diambil pada masing-masing UMKM hanya satu orang, yaitu pemilik UMKM dikarenakan pemilik UMKM lebih memahami tentang kondisi UMKM.

3.2.7 Penyusunan Kuisisioner

Kuisisioner disusun dengan tiga bagian utama yaitu bagian data identitas responden, bagian penilaian responden dan bagian pertanyaan terbuka. Pada bagian data identitas, responden mengisi identitas diri responden. Pada bagian penilaian, responden mengisi pertanyaan yang berhubungan dengan kepercayaan, komunikasi, komitmen, kinerja dan daya saing. Adapun pengukuran nilai kepuasan digunakan *rating* dengan skala *likert* yang merupakan alat ukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu (Hermawan, 2005). Hubungan pernyataan terhadap skor bilangan dapat dilihat pada **Tabel 3.2**.

Tabel 3. 3 Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Biasa (B)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Boone *et al* (2012)

3.2.8 Pengujian Instrumen

Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian tersebut bertujuan untuk mengetahui ketepatan, keandalan, dan kelinearitasan data sehingga data tersebut dapat memenuhi kriteria untuk uji. Pengujian instrumen penelitian juga dapat memastikan bahwa hasil yang diperoleh dapat merepresentasikan penellitian.

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat instrumen yang digunakan telah valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dapat dikatakan valid jika memenuhi kriteria dengan tingkat signifikansi 90% (Tambrin, 2013). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan nilai r tabel. Uji validitas dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$.

b) Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika instrument tersebut dapat memberikan hasil yang sama bila diujikan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda. Pengukuran reliabilitas terhadap variabel dilakukan dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS. Jika koefisien $\alpha \geq 0,6$ maka dapat dinyatakan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan adalah reliabel (Putra *et al.*, 2014).

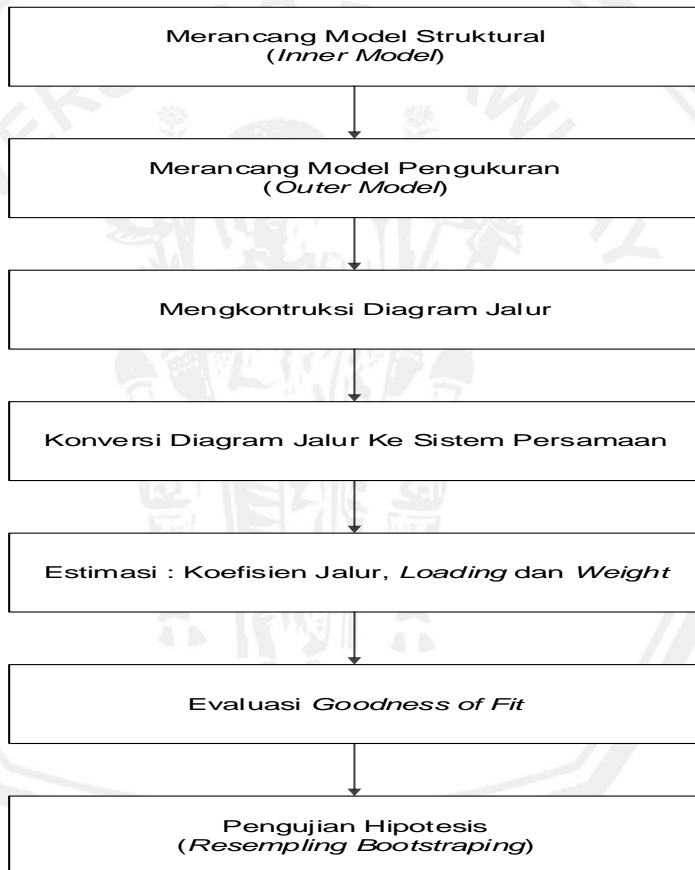
c) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dilakukan dengan pengujian uji F

yakni membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengujian yaitu bila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dapat dikatakan linier

3.2.9 Metode Analisis Data

Data diperoleh dari pengisian kuisioner oleh responden, hasil observasi peneliti dan hasil dokumentasi. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan bantuan software GSCA. GSCA digunakan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel penelitian. Diagram alir pengolahan data dapat dilihat lebih rinci pada **Gambar 3.2**.



Gambar 3. 2 Langkah-Langkah Metode GSCA

Secara lebih terperinci prosedur pengolahan data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Merancang Model Struktural

Perancangan model struktural ini akan menunjukkan hubungan antar variabel laten yang akan digunakan dalam penelitian. Variabel laten dalam penelitian ini yaitu hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap kinerja usaha dan daya saing usaha. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel eksogen (X) dan variabel endogen (Y). Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kelembagaan rantai pasok, sementara variabel endogen terdiri dari dua variabel yaitu kinerja usaha dan daya saing.

2. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

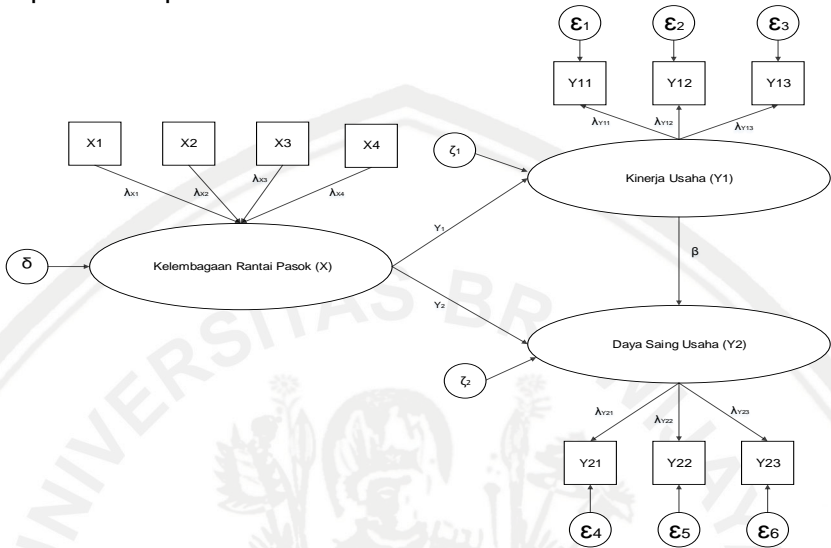
Model pengukuran (*outer model*) ini menentukan hubungan antara indikator dan variabel laten. Model pengukuran memiliki dua sifat yaitu model pengukuran yang bersifat reflektif dan formatif. Model pengukuran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Variabel laten kelembagaan rantai pasok (X) → Formatif
 - X_1 : Kepercayaan
 - X_2 : Komitmen
 - X_3 : Komunikasi
 - X_4 : Kemitraan
- Variabel laten kinerja usaha (Y_1) → Reflektif
 - Y_{11} : Keuntungan Perusahaan
 - Y_{12} : Kapasitas Produksi
 - Y_{13} : Volume Penjualan
- Variabel laten daya saing usaha (Y_2) → Reflektif
 - Y_{21} : Sumber Daya Manusia
 - Y_{22} : Inovasi Produk
 - Y_{23} : Akses Pasar

3. Mengkonstruksi Diagram Jalur (*Path Diagram*)

Tahapan ini melakukan penggabungan antara model pengukuran yang telah diperoleh menjadi diagram jalur. Diagram jalur yang terbentuk akan membantu dalam

pengubahan ke dalam persamaan. Diagram jalur yang terbentuk dapat dilihat pada **Gambar 3.3**.



Gambar 3. 3 Diagram Jalur

Keterangan:

- X = Variabel eksogen yaitu kelembagaan rantai pasok
- Y_1 = Variabel endogen yaitu kinerja
- Y_2 = Variabel endogen yaitu daya saing
- X_1 = Kepercayaan
- X_2 = Komitmen
- X_3 = Komunikasi
- X_4 = Kemitraan
- Y_{11} = Kapasitas Produksi
- Y_{12} = Penjualan Produk
- Y_{13} = Keuntungan UKM
- Y_{21} = Sumber Daya Manusia
- Y_{22} = Inovasi
- Y_{23} = Akses Pasar
- δ = Delta (kecil), galat pengukuran variabel laten eksogen X
- ϵ = Epsilon (kecil), galat pengukuran variabel laten

- endogen
- ζ = Zeta (kecil), galat model
- λ_x = Lamnda (kecil), *loading factor* variabel laten eksogen
- λ_y = Lamnda (kecil), *loading factor* variabel laten endogen
- β = Beta, koefisien pengaruh antar variabel endogen

Berikut model hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H1 = Kelembagaan rantai pasok berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.
- H2 = Kelembagaan rantai pasok berpengaruh positif terhadap daya saing usaha.
- H3 = Kinerja usaha berpengaruh positif terhadap daya saing usaha
- H4 = Kinerja usaha memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing usaha

4. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

Pada tahapan ini dilakukan pengubahan diagram jalur yang terbentuk ke dalam suatu sistem persamaan. Sistem persamaan ini akan menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Bentuk persamaan yang terbentuk yaitu:

- a) Persamaan model struktural (*Inner Model*) menyatakan seberapa besar hubungan antar variabel laten yang diteliti. Persamaan model struktural dalam penelitian ini adaah sebagai berikut:

$$Y_1 = X \cdot \gamma_1 + \zeta_1$$

$$Y_2 = X \cdot \gamma_2 + Y_1 \cdot \beta + \zeta_2$$

- b) Persamaan model pengukuran (*Outer Model*) menyatakan seberapa besar pengaruh hubungan antara variabel laten dan indikator penyusunnya. Persamaan model pengukuran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Pada variabel kelembagaan rantai pasok (formatif)

$$X = (X_1 \cdot \lambda_{x1}) + (X_2 \cdot \lambda_{x2}) + (X_3 \cdot \lambda_{x3}) + (X_4 \cdot \lambda_{x4}) + \delta$$

- Pada variabel kinerja usaha (reflektif)

$$Y_{11} = Y_1 \cdot \lambda_{y11} + \varepsilon_1$$

$$Y_{12} = Y_1 \cdot \lambda_{y12} + \varepsilon_2$$

$$Y_{13} = Y_1 \cdot \lambda_{y13} + \varepsilon_3$$

- Pada variabel daya saing usaha (reflektif)

$$Y_{21} = Y_2 \cdot \lambda_{y21} + \varepsilon_4$$

$$Y_{22} = Y_2 \cdot \lambda_{y22} + \varepsilon_5$$

$$Y_{23} = Y_2 \cdot \lambda_{y23} + \varepsilon_6$$
- Pada variabel kinerja usaha sebagai variabel mediator

$$Y_2 = \gamma_2 \cdot X + \beta_2 \cdot Y_1$$

5. Estimasi Parameter

Tahap selanjutnya ialah melakukan pendugaan parameter dan variabel eksogen (X) dan variabel endogen (Y) dalam GSCA yaitu:

- 1) *Weight Loading Estimate* adalah tahap untuk menetapkan skor atau menghitung data variabel laten.
- 2) Estimasi Jalur (*Path Estimate*) adalah tahap untuk menentukan estimasi jalur (estimasi untuk *inner* dan *outer* model) yang menghubungkan antar variabel laten dan estimasi *loading* antara variabel laten dengan indikatornya.
- 3) Menghitung rerata dari penduga parameter (*resampling bootstrapping*) digunakan untuk memperoleh pendugaan parameter terbaik.
- 4) *Interaction variable* yang merupakan pengujian variabel moderasi yaitu membuat variabel laten interaksi. Indikatornya adalah perkalian nilai indikator yang dimoderasi dengan yang memoderasi

6. Evaluasi *Goodness of Fit*

Uji *Goodness of fit (Overall fit)*, validitas konstruk serta analisis kualitas variabel dapat dilakukan dengan melihat model konstruksi terakhir yang sudah memiliki nilai yang sesuai dengan nilai acuan. Dengan melihat nilai-nilai yang tertera pada setiap keterkaitan antar variabel dapat diketahui seberapa besar pengaruh atau keterkaitan antara suatu variabel dengan variabel yang lain. Menurut Effendi dan Purnomo (2012), *Goodness of fit* merupakan suatu aturan umum yang disarankan untuk kelayakan sebuah model adalah nilai GFI-nya lebih besar dari 0,90 dan nilai

maksimumnya adalah 1. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit*.

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) berupa kalibrasi instrumen, yaitu dengan pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrumen. Penerapan GSCA pada hasil uji coba pada prinsipnya adalah suatu kegiatan instrumen penelitian, yaitu pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas. *Goodness of Fit Structural Model* diukur menggunakan FIT, yaitu setara dengan *R-square* pada analisis regresi atau koefisien determinasi total pada PLS. *Adjusted Fit* (AFIT) mirip dengan FIT. AFIT digunakan sebagai perbandingan model. Model dengan nilai AFIT terbesar bisa dipilih di antara model lainnya. Nilai FIT dan AFIT dapat dilihat pada **Tabel 3.3**.

Tabel 3. 4 Evaluasi nilai Goodness of Fit

No	Model Struktural	Keterangan
1.	FIT	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai FIT berkisaran antara 0 sampai 1 - Nilai FIT 1 artinya model secara sempurna dapat menjelaskan fenomena yang diselidiki
2.	AFIT	<ul style="list-style-type: none"> - Nilai AFIT serupa dengan R^2 Adjusted pada analisis regresi - Nilai AFIT dipilih yang terbesar menjadi model yang lebih baik

7. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *critical ratio* (CR) dengan nilai *z value*. Hipotesis yang berpengaruh terlihat dari besarnya tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0.05 atau nilai CR lebih dari sama dengan 1.96. Adapun pengujian hipotesis statistik atau hipotesis yang dirumuskan dalam notasi statistiknya adalah sebagai berikut:

- a) Hipotesis statistik untuk model pengukuran pengaruh kelembagaan rantai pasok (X) terhadap kinerja usaha UMKM (Y_1).
 - $H_0 : \gamma_1 = 0$

Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kelembagaan rantai pasok (X) terhadap kinerja usaha UMKM (Y_1).

- $H_1 : \gamma_1 \neq 0$
Terdapat pengaruh signifikan antara kelembagaan rantai pasok (X) terhadap kinerja usaha UMKM (Y_1).
- b) Hipotesis statistik untuk model pengukuran pengaruh kelembagaan rantai pasok (X) terhadap daya saing (Y_2).
 - $H_0 : \gamma_2 = 0$,
Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kelembagaan rantai pasok (X) terhadap daya saing (Y_2).
 - $H_1 : \gamma_2 \neq 0$
Terdapat pengaruh signifikan antara kelembagaan rantai pasok (X) terhadap daya saing (Y_2).
- c) Hipotesis statistik untuk model pengukuran pengaruh kinerja usaha UMKM (Y_1) terhadap daya saing (Y_2).
 - $H_0 : \beta_1 = 0$,
Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kinerja usaha UMKM (Y_1) terhadap daya saing (Y_2).
 - $H_1 : \beta_1 \neq 0$
Terdapat pengaruh signifikan antara kinerja usaha UMKM (Y_1) terhadap daya saing (Y_2).
- d) Hipotesis statistik untuk model pengukuran pengaruh kinerja usaha memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing.
 - $H_0 : \beta_2 = 0$
Kinerja usaha memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing usaha berpengaruh tidak signifikan
 - $H_1 : \beta_2 \neq 0$
Kinerja usaha memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing usaha berpengaruh tidak signifikan

3.2.10 Analisis dan Pembahasan Hasil

Pembahasan hasil dilakukan dari data yang telah dianalisis menggunakan GSCA. Data yang telah dianalisis akan dijelaskan lebih rinci pada pembahasan. Pembahasan akan berisi tentang hubungan kelembagaan rantai pasok terhadap kinerja usaha dan daya saing usaha UMKM keripik gadung.

3.2.11 Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir dalam penelitian ini yaitu pembuatan kesimpulan dan saran untuk penelitian. Kesimpulan mengacu pada hasil dari penelitian yang harus mampu menjawab permasalahan dan tujuan dari penelitian. Saran berisi rekomendasi yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Klaster UMKM Keripik Gadung di Kabupaten Tulungagung

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang sebagian besar wilayahnya merupakan daerah pegunungan yang relatif tandus, yang merupakan bagian dari pegunungan kapur selatan Jawa Timur. Salah satu produk yang potensial untuk dijadikan produk unggulan khas Tulungagung adalah keripik gadung. Salah satu sentra produksi kripik gadung terletak di Kecamatan Kalidawir. Lokasi tersebut memiliki potensi geografis, bahan baku, dan sumber daya manusia (SDM) yang sebagai besar produsen kripik gadung. Proses produksi kripik gadung berlangsung pada musim kemarau sekitar bulan Juni-September tiap tahunnya, sehingga pada bulan tersebut masyarakat memaksimalkan proses produk kripik gadung.

Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung (2015), terdapat 79 UMKM yang memproduksi kripik gadung, 49 terletak di Kecamatan Campurdarat dan 30 terletak di Kecamatan Kalidawir. Pada penelitian ini menggunakan objek UMKM kripik gadung di Kecamatan Kalidawir, dikarenakan Kecamatan Kalidawir merupakan salah satu sentra kripik gadung di Kabupaten Tulungagung yang cukup terkenal dan masih terdapat banyak UMKM yang melakukan proses produksi tidak hanya melakukan penjualan produk jadi. Pada penelitian sebelumnya dilakukan pengelompokan terhadap 30 UMKM yang ada di Kecamatan Kalidawir, sehingga didapatkan 20 UMKM di Kecamatan Kalidawir yang merupakan UMKM yang masih eksis dalam memproduksi kripik gadung hingga sekarang. Profil UMKM dapat dilihat pada **Lampiran 2**.

Secara umum kondisi 20 UMKM kripik gadung ini memiliki kesamaan dari sisi jumlah tenaga kerja, kondisi proses produksi dan cakupan pemasaran produknya. Lama operasi 20 UMKM kripik gadung di Kecamatan Kalidawir 10-15 tahun. Berdasarkan data diatas semakin lama UMKM tersebut berdiri

kapasitas produksi yang dihasilkan juga mengalami peningkatan. Diharapkan semakin lama suatu usaha didirikan, maka keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing UMKM dapat meningkat. Jadi lamanya usaha dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesetiaan industri untuk menghasilkan barang produksinya (Layamanan dan Nurlatifah, 2016). UMKM keripik gadung Kecamatan Kalidawir rata-rata masih bersifat konvensional dengan mengandalkan alat manual dalam proses produksinya. Skala usaha masih bersifat mikro dapat dilihat dari sumber pendanaan modal yang sebagian besar berasal dari dana pribadi dan jumlah sumber daya manusia yang tidak banyak dalam setiap UMKM keripik gadung. Proses produksi yang dilakukan dalam pembuatan keripik gadung di Kecamatan Kalidawir juga masih terbilang kecil karena ada beberapa UMKM yang memproduksi berdasarkan pesanan saja tidak untuk persediaan namun ada pula yang melakukan persediaan untuk mengantisipasi adanya permintaan yang mendadak namun tidak dalam jumlah banyak. Perencanaan produksi merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan karena perencanaan produksi merupakan suatu proses penetapan tingkat output manufaktur secara keseluruhan guna memenuhi tingkat penjualan yang direncanakan dan inventori yang diinginkan (Gaspersz, 2005).

4.2 Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan data mengenai responden dari 20 UMKM di Kabupaten Tulungagung dapat dikelompokkan berdasarkan beberapa karakteristik seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, jabatan di UMKM dan lama operasi. Karakteristik responden perlu diuraikan untuk memberikan gambaran mengenai keadaan UMKM di Kabupaten Tulungagung. Karakteristik Responden dapat dilihat pada **Tabel 4.1**.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Kelompok	Jumlah	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	19	95
		Laki-Laki	1	5
2.	Usia (tahun)	20-30	1	5
		31-40	4	20
		41-50	10	50
		> 50	5	25
3.	Pendidikan Terakhir	SD	0	0
		SMP	13	65
		SMA	7	35
		S1	0	0
4.	Jabatan di UKM	Pemilik	20	100
5.	Lama Operasi (tahun)	5-10	8	40
		11-15	7	35
		> 15	5	25

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan **Tabel 4.1** dapat diketahui bahwa pemilik 20 UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir mayoritas berjenis kelamin perempuan sebesar 95% (19 orang). Secara umum perempuan lebih trampil dalam proses produksi keripik gadung, sedangkan laki-laki hanya untuk membantu pada saat proses pengolahan keripik gadung pada beban yang berat. Menurut Putri (2012), Tingkat produktivitas laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan karena dipengaruhi faktor biologis dan faktor sosial. Akan tetapi setiap perusahaan dapat berbeda tergantung karakteristik perusahaan. UMKM keripik gadung merupakan industri skala mikro dengan beban kerja ringan akan tetapi membutuhkan keuletan dan ketelatenan dalam proses produksinya.

Usia responden UMKM keripik gadung sangat beragam akan tetapi mayoritas terbesar berada pada usia 41-50 tahun yaitu 50% (10 orang). Pada usia tersebut para responden masih memiliki tenaga dan keuletan dalam melakukan proses produksi. Menurut Widyaningsih dkk (2009), penduduk usia kerja produktif dibatasi dari 15-64 tahun, pada usia 0-14 tahun

digolongkan pada usia non produktif. Pekerja yang telah melampaui usia produktif cenderung memiliki lebih banyak pengalaman dan lebih stabil kinerjanya dibanding pekerja yang berusia lebih muda (Griffin, 2002).

Pendidikan terakhir responden UMKM keripik gadung Kecamatan Kalidawir sangat beragam. Pendidikan terakhir terbanyak SMP sebesar 65% (13 orang). Rendahnya pendidikan yang ditempuh tidak mempengaruhi semangat mereka untuk meraih cita-cita sebagai pengusaha dengan terus belajar dari pengalaman yang sudah didapatkan. Tingkat pendidikan bukanlah menjadi tolak ukur yang pasti untuk menimbulkan minat berwirausaha. Rendahnya pendidikan di Kecamatan Kalidawir juga disebabkan akses yang cukup jauh dari kota serta kultur yang ada. Menurut Ardiana (2010), perlu adanya pengembangan kompetensi SDM pada UMKM dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan tujuan meningkatkan pemanfaatan teknologi di UMKM. Rendahnya pendidikan dirasa sudah cukup untuk keterampilan UMKM keripik gadung, dikarenakan dalam membangun UMKM keripik gadung tidak hanya membutuhkan kreatifitas dan pengetahuan yang lebih akan tetapi dapat didorong dengan motivasi dan minat yang baik dari diri sendiri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Punto (2013), yang memperoleh hasil bahwa kreativitas berwirausaha berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Jabatan responden pada penelitian ini pemilik UMKM keripik gadung yang berjumlah 20 orang, dikarenakan usaha tersebut masih berbentuk *home industry* atau milik perseorangan. Menurut Tanumihardjo dkk (2013) jabatan memiliki peranan penting dalam sumber daya manusia terutama tentang pengetahuan, maupun kualitas untuk mencapai tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi jabatan seseorang maka semakin baik pula pengetahuannya mengenai pekerjaannya maupun perusahaan tersebut.

UMKM keripik gadung rata-rata sudah beroperasi cukup lama. Lama operasi berdirinya UMKM keripik gadung 5 -10 tahun berjumlah 40% (9 orang). Lama operasi atau lama berdirinya usaha adalah lamanya seseorang pengusaha

menjalankan usahanya. Lamanya suatu usaha berdiri mempengaruhi kemampuan UMKM dalam melakukan produksi. Keterampilan yang dimiliki oleh UMKM dalam melakukan proses produksi akan meningkat seiring dengan semakin lama suatu UMKM berdiri (Farhani, 2013). Hal ini dikarenakan dari tahun ke tahun tiap tenaga kerja akan mengalami peningkatan dalam penguasaan tugas yang diberikan, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM secara keseluruhan.

4.3 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelembagaan Rantai Pasok

Analisis dilakukan dengan menghitung rerata (*mean*) berdasarkan persentase tanggapan responden pada masing-masing item setiap indikator pada variabel penelitian. Nilai responden yang menjawab mendekati 1 menunjukkan persepsi mereka terhadap pernyataan yang diajukan sangat tidak setuju, sedangkan yang menjawab mendekati 5 maka responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan. Variabel kelembagaan rantai pasok memiliki empat indikator yaitu kepercayaan, komitmen, komunikasi dan kemitraan. Tanggapan responden terhadap variabel kelembagaan rantai pasok dapat dilihat pada **Tabel 4.2**.

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kelembagaan Rantai Pasok

Pernyataan	Notasi	Skor					Rata - Rata	Rata-Rata Variabel
		1	2	3	4	5		
Kepercayaan	X₁							X₁= 3,77
Kepercayaan terhadap <i>supplier</i>	X ₁₁	0	0	35	35	30	3,95	
Kepercayaan terhadap <i>retailer</i>	X ₁₂	0	5	45	35	15	3,60	
Komitmen	X₂							X₂=3,97
Besarnya komitmen <i>supplier</i>	X ₂₁	0	5	40	35	20	3,7	
Besarnya komitmen <i>supplier</i>	X ₂₂	0	5	15	30	50	4,25	
Komunikasi	X₃							X₃= 3,87
Kelancaran Komunikasi dengan <i>supplier</i>	X ₃₁	0	5	25	30	40	4,05	
Kelancaran Komunikasi dengan <i>retailer</i>	X ₃₂	0	5	40	35	20	3,70	
Kemitraan	X₄							X₄= 3,70
Kesuaian perjanjian dengan <i>supplier</i>	X ₄₁	0	0	25	35	40	3,45	
Kesuaian perjanjian dengan <i>retailer</i>	X ₄₂	0	0	45	15	40	3,95	

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan **Tabel 4.2** menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kelembagaan rantai pasok. Pada indikator kepercayaan (X_1) memiliki nilai *mean* sebesar 3,77 menunjukkan dalam kondisi yang baik, didukung oleh item (X_{11}) memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 3,95 yang menyatakan UMKM percaya bahwa *supplier* atau tengkulak mampu memenuhi kebutuhan bahan baku terhadap UMKM. Menurut Mamad dan Chahdi (2013), kepercayaan antar pelaku rantai pasok memberikan pengaruh yang baik terhadap kinerja rantai pasok. Berdasarkan kondisi di lapang sebagian besar dari pelaku UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir mengaku telah menjalin kerjasama dengan *supplier* sejak awal UMKM berdiri, serta percaya kepada beberapa *supplier* umbi gadung untuk memasok bahan baku pada setiap harinya dengan jumlah yang besar. Selama terjalin kerjasama, pihak UMKM merasa *supplier* telah memenuhi kriteria yang mereka tetapkan di antaranya adalah penawaran harga yang sesuai dan sistem kerjasama yang dinilai menguntungkan bagi UMKM. Pentingnya suatu kepercayaan dalam organisasi atau kelembagaan adanya keinginan untuk menciptakan kerjasama yang efektif (Raharso, 2011).

Indikator komitmen (X_2) memiliki nilai *mean* sebesar 3,97 menunjukkan kondisi baik, didukung oleh item (X_{22}) sebesar 4,25 dimana kesepakatan dengan *retailer* sangat berpengaruh penting untuk pemasaran produk keripik gadung. Berdasarkan kondisi di lapang, komitmen yang selama ini terjalin antar pihak UMKM dengan agen penjualan memberikan dampak positif yaitu pihak agen mampu menjual produk sesuai dengan target yang diberikan oleh pihak UMKM serta dapat meningkatkan keuntungan UMKM. Menurut Ahmady, dkk (2012), komitmen merupakan salah satu aspek yang dominan yang mendasari munculnya kerjasama, daya saing dan jaminan keuntungan finansial. Adanya komitmen yang baik antar kedua belah pihak akan memberikan keuntungan tersendiri bagi mereka. Akan tetapi, kesepakatan usaha yang terjalin antara UMKM dengan *retailer* hanya dalam bentuk lisan. Semakin tinggi komitmen yang dapat dibangun dengan baik oleh

pemasok maupun penyalur akan memperkuat hubungan kerjasama yang terbangun (Munizu, 2010).

Indikator komunikasi (X_3) memiliki nilai *mean* sebesar 3,87 menunjukkan kondisi baik, didukung oleh item (X_{31}) yaitu sebesar 4,05 dimana komunikasi UMKM dengan *supplier* berjalan dengan baik. Sesuai dengan kondisi lapang yang terjadi pada UMKM, selama ini UMKM melakukan komunikasi yang baik dengan pihak *supplier* berkaitan dengan kebutuhan bahan baku. Intensitas komunikasi yang dilakukan kurang lebih 3 hari sekali selama seminggu. Komunikasi yang dilakukan biasanya bertatap muka secara langsung dengan pihak *supplier* atau melalui alat komunikasi hp. Menurut Silalahi (2008), efektivitas sistem komunikasi berdampak positif terhadap keefektifan organisasi. Komunikasi dimanfaatkan untuk saling bertukar informasi yang dibutuhkan antara kedua belah pihak, komunikasi sangatlah penting bagi organisasi sebagai pendukung kinerja organisasi. Melalui komunikasi, para mitra dalam rantai pasok dapat memelihara hubungan dari waktu ke waktu dan mengurangi ketidakpastian kaloboras (Mamad dan Chahdi, 2013).

Indikator kemitraan (X_4) memiliki nilai *mean* sebesar 3,70 menunjukkan kondisi baik, didukung oleh item (X_{42}) memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 3,95 dimana kerjasama antara UMKM dengan agen penjualan berjalan dengan baik. Besarnya rata-rata pada *item* ini menunjukkan bahwa kinerja *retailer* telah sesuai dengan kesepakatan usaha di awal kerjasama. Berdasarkan kondisi dilapang hal yang disepakati antara UMKM keripik gadung dengan *retailer* adalah kesepakatan harga. Pada sistem penjualan konsinyasi pihak UMKM dibebaskan menentukan harga dan pihak *retailer* juga dibebaskan untuk menjual lagi dengan harga yang diinginkan. Hubungan kemitraan yang terbentuk antara UMKM keripik gadung dengan *retailer* adalah pola dagang umum. Pada pola dagang umum, usaha dengan skala lebih besar memasarkan hasil produksi usaha kecil atau menengah (Tohar, 2008). Menurut Melyanti (2014), Kemitraan merupakan suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau lebih dalam

jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan.

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Usaha

Responden akan menilai dari segi kapasitas produksi, penjualan produk dan keuntungan UMKM untuk melihat pengaruhnya terhadap kinerja UMKM. Tanggapan responden terhadap variabel kinerja UMKM dapat dilihat pada **Tabel 4.3**.

Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Usaha

Pernyataan	Notasi	Responden					Rata - Rata	Rata- Rata variabel
		1	2	3	4	5		
Kapasitas Produksi	Y₁₁							
Kapasitas produksi meningkat karena kinerja <i>supplier</i> .	Y ₁₁₁	0	5	60	25	10	2,50	Y₁₁=3,02
Kapasitas produksi meningkat karena kinerja <i>retailer</i> .	Y ₁₁₂	0	5	45	40	10	3,55	
Penjualan Produk	Y₁₂							
Penjualan produk meningkat karena kinerja <i>supplier</i> .	Y ₁₂₁	0	15	40	45	0	3,30	Y₁₂=3,50
Penjualan produk meningkat karena kinerja <i>retailer</i> .	Y ₁₂₂	0	5	35	45	15	3,70	
Keuntungan UMKM	Y₁₃							
Keuntungan UMKM meningkat karena kinerja <i>supplier</i> .	Y ₁₃₁	0	5	70	25	0	3,20	Y₁₃=3,37
Keuntungan UMKM meningkat karena kinerja <i>retailer</i> .	Y ₁₃₂	0	0	50	45	5	3,55	

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan **Tabel 4.3** menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel kinerja UMKM. Pada indikator kapasitas produksi (Y_{11}) memiliki nilai mean sebesar 3,02 menunjukkan kondisi baik, didukung oleh item (Y_{112}) memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 3,55 yang menjelaskan tentang pengaruh kinerja *retailer* terhadap peningkatan kapasitas produksi. Berdasarkan kondisi di lapang, UMKM menyatakan kinerja *retailer* berpengaruh terhadap peningkatan kapasitas produksi. Agen penjualan mampu memastikan bahwa permintaan produk keripik gadung dipasaran stabil, bahkan meningkat. Menurut Madura (2007), adanya pemasaran yang baik akan meningkatkan permintaan konsumen. Hal tersebut dibuktikan dengan permintaan produk keripik gadung yang dilakukan secara terus menerus oleh agen penjualan, yang secara tidak langsung merupakan cerminan bahwa produk keripik gadung diminati oleh konsumen. Kapasitas produksi merupakan salah satu tolak ukur yang penting pada UKM, semakin meningkatkan jumlah produk yang mereka produksi mampu mendapatkan keuntungan maksimal (Putri, dkk, 2015).

Indikator penjualan produk (Y_{12}) memiliki nilai *mean* sebesar 3,50 menunjukkan kondisi baik, didukung oleh item (Y_{122}) memiliki nilai mean tertinggi sebesar 3,70 dimana menjelaskan tentang pendapat responden terhadap pengaruh kinerja *retailer* pada peningkatan penjualan produk UMKM. Kondisi di lapang menunjukkan bahwa *retailer* tidak hanya membantu UMKM dalam memasarkan produk namun juga membantu dalam menaikkan nilai jual produk. Dikarenakan dari UMKM hanya berupa produk setengah jadi. Salah satu bentuk bantuan dari *retailer* adalah dengan memberikan desain kemasan kepada produsen, sehingga produk akhir tidak hanya dikemas polos namun berwarna dan dilengkapi dengan berbagai keterangan seperti merk, kandungan nutrisi, komposisi dan tanggal kadaluarsa. Hasil ini didukung pernyataan Kotler (2004) bahwa kinerja penjualan bergantung pada hubungan baik antar berbagai pihak di antaranya pemasok, *retailer*, pengecer dalam bekerjasama untuk memberikan nilai-nilai yang terbaik bagi sasaran pelanggan. Volume penjualan produk yang semakin meningkat akan meningkatkan keuntungan dari UMKM

itu sendiri. Penilaian terhadap kinerja UMKM dapat dilihat dari berbagai faktor pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba (Munizu, 2010).

Indikator keuntungan UMKM (Y_{13}) memiliki nilai *mean* sebesar 3,37 menunjukkan kondisi baik, didukung oleh item (Y_{132}) memiliki nilai *mean* tertinggi sebesar 3,55, dimana menjelaskan tentang tanggapan responden terhadap pengaruh kinerja *retailer* pada perolehan keuntungan. Berdasarkan kondisi lapang UMKM setuju bahwa kinerja *retailer* mempengaruhi peningkatan keuntungan. Hal ini disebabkan karena UMKM keripik gadung banyak menerapkan penjualan dengan sistem pemasaran *customer driven*, yang merupakan sistem pemasaran dengan mengacu pada permintaan kosumen. Menurut Day (2010) menyatakan bahwa pemasaran dengan sistem *customer driven* dapat berjalan dengan maksimal apabila terdapat akses kepada informasi pasar. Kondisi di lapang juga menunjukkan bahwa *retailer* memiliki kelebihan dalam mengakses pasar, hal inilah yang menyebabkan peningkatan dalam perolehan keuntungan yang diterima UMKM. Pengukuran terhadap volume penjualan dan profit pada perusahaan umumnya dilakukan untuk memenuhi kinerja perusahaan (Jeaning and Beaver, 2007).

4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Saing Usaha

Variabel daya saing usaha terdiri dari tiga indikator yaitu sumber daya manusia (Y_{21}), inovasi (Y_{22}) dan akses pasar (Y_{23}). Ketiga indikator memiliki rata-rata di atas angka tiga dari skala lima yang menandakan bahwa setiap indikator mendapat nilai baik dari responden. Penilaian pada tanggapan responden terhadap variabel daya saing dapat dilihat pada **Tabel 4.4**.

Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Saing Usaha

Pernyataan	Notasi	Responden					Rata - Rata	Rata-rata variabel
		1	2	3	4	5		
Sumber Daya Manusia	Y_{21}							
Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan volume kerja yang dibebankan		0	5	40	35	20	3,70	$Y_{21} = 3,70$
Inovasi	Y_{22}							
UKM melakukan inovasi pada produk dilakukan secara terus menerus.	$Y_{22.1}$	0	5	40	35	20	3,70	$Y_{22} = 3,70$
UKM melakukan inovasi pada proses produksi secara terus menerus.	$Y_{22.2}$	0	5	45	25	25	3,70	
Akses Pasar	Y_{23}							
UKM mampu memasarkan produknya pada pasar yang lebih luas		0	10	30	40	20	3,70	$Y_{23} = 3,70$

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan **Tabel 4.4** menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel daya saing UMKM. Pada indikator sumber daya manusia memiliki nilai *mean* sebesar 3,70 menunjukkan kondisi baik pada setiap item. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh UMKM berdasarkan penilaian responden sudah baik. Berdasarkan kondisi di lapang karyawan yang dimiliki oleh UMKM memberikan kontribusi yang baik selama ini, seperti menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan

dengan baik dan tepat waktu. Meskipun terbatasnya pengetahuan yang dimiliki oleh sebagian karyawan mereka mampu menyerap dengan baik dan cepat ketika pemilik UMKM mengajari mereka berkaitan dengan tugas yang diberikan. Rata-rata beban kerja yang diberikan kepada karyawan yaitu 1-1,5 kwintal dalam satu hari. Keberhasilan UMKM dalam mencapai tujuan utama dan mampu menghadapi persaingan adalah dukungan dari sumber daya manusia yang handal dan kompeten dalam melaksanakan tugasnya (Sumiharjo, 2008). Pembagian tugas yang diberikan juga telah sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan karyawan. Strategi UMKM dalam meningkatkan daya saingnya tergantung dengan kualitas sumber daya yang dimiliki. Menurut Yossa dan Zunaidah (2013), pembagian tugas yang baik merupakan kunci bagi penyelenggara kerja terutama dalam memberikan jaminan terhadap kestabilan, kelancaran dan keefisienan kerjanya.

Indikator inovasi (Y_{22}) memiliki nilai *mean* sebesar 3,70 bahwa selama ini inovasi yang dilakukan sudah berjalan dengan baik. Pada indikator inovasi memiliki nilai sama besar yaitu 3,70 berdasarkan nilai tersebut dimana inovasi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik pada UMKM keripik gadung. Namun dilihat dari keadaan lapangan bahwa UMKM lebih memilih melakukan inovasi pada proses produksi dibandingkan dengan produk, dimana dapat dilihat hasil akhir hanya berupa produk setengah jadi. Selain itu inovasi tidak dilakukan secara terus menerus melainkan dengan melihat dari minatnya konsumen terhadap produk UMKM. Menurut Rahayu dan Anggraini (2009), inovasi merupakan kunci utama kesuksesan bersaing. UMKM keripik gadung melakukan inovasi pada proses produksi mulai dari cara menipisan umbi gadung dan cara pencucian untuk menghilangkan racun yang ada pada umbi gadung. Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi, tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama (Hidayati, 2011).

Indikator akses pasar (Y_{23}) memiliki nilai *mean* sebesar 3,70 ini menunjukkan bahwa UMKM sudah baik dalam pemasaran produknya. Berdasarkan observasi dilapang, sebagian besar UMKM di Kecamatan Kalidawir memiliki pasar

diluar Kabupaten Tulungagung, seperti Surabaya, Malang, Blitar, Jakarta dan Bandung. Semakin luas pasar yang dijangkau bahwa produk yang dimiliki oleh UMKM tersebut sudah dikenal oleh banyak orang. Hal ini dapat menjadikan keunggulan dari UMKM yang memiliki produk yang sama. Serta dapat dijadikan juga ciri khas oleh-oleh dari kabupaten Tulungagung khususnya Kecamatan Kalidawir sebagai sentra keripik gadung. Salah satu usaha untuk mengembangkan UMKM agar lebih maju lagi adalah dengan cara meningkatkan akses pasar, dengan mendirikan pusat-pusat pemasaran produk (Dipta, 2008). Pemasaran yang baik tidak terlepas dari peran agen penjualan yang baik. Menurut Kiveu dan Ofafa (2013), akses pasar dapat ditingkatkan dengan menggunakan strategi yang dapat menghubungkan antara penjual dengan pembeli, meningkatkan komunikasi, meningkatkan jaringan, menyediakan informasi pasar, melakukan analisis, dan riset pasar serta mengurangi biaya pemasaran.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana setiap pernyataan dalam alat ukur (kuisiomer) mampu mewakili secara keseluruhan perilaku sampel yang diujikan (Matondang, 2009). Kuisiomer dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisiomer mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisiomer tersebut (Ghozali, 2011). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan program IBM SPSS Statistics 17. Instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai korelasi (*pearson correlation*) adalah positif, dan nilai signifikansinya lebih dari 0,05 (Widi, 2011). Jumlah sampel yang digunakan adalah 20 sehingga nilai r tabel yang digunakan yaitu 0,4438. Hasil uji validitas dapat dilihat pada **Tabel 4.5**. sedangkan output SPSS hasil uji validitas dapat dilihat pada **Lampiran 3**.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket.
Kelembagaan Rantai Pasok (X)	X_1	X11	0,585	0,4438	Valid
		X12	0,551	0,4438	Valid
	X_2	X21	0,789	0,4438	Valid
		X22	0,535	0,4438	Valid
	X_3	X31	0,474	0,4438	Valid
		X32	0,482	0,4438	Valid
	X_4	X41	0,534	0,4438	Valid
		X42	0,511	0,4438	Valid
Kinerja UKM (Y₁)	Y_{11}	Y111	0,576	0,4438	Valid
		Y112	0,502	0,4438	Valid
	Y_{12}	Y121	0,581	0,4438	Valid
		Y122	0,520	0,4438	Valid
	Y_{13}	Y131	0,542	0,4438	Valid
		Y132	0,484	0,4438	Valid
Daya Saing (Y₂)	Y_{21}	Y21	0,789	0,4438	Valid
	Y_{22}	Y221	0,636	0,4438	Valid
		Y222	0,619	0,4438	Valid
	Y_{23}	Y23	0,619	0,4438	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Menurut Nisfiannoor (2009), reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan atau konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berhubungan dengan item pertanyaan, serta nilai dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya $> 0,6$. sedangkan hasil ringkasan hasil uji reliabilitas disajikan pada **Tabel 4.6**.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Crobanch's Alpha</i>	Syarat	N of Item	Keterangan
0,922	0,6	18	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan hasil dari uji reliabilitas yang sudah dilakukan didapatkan nilai reliabilitas sebesar 0,922. Dari hasil tersebut maka dapat dilihat bahwa nilai *Crobanch's Alpha*

menunjukkan lebih besar dari 0,6, sehingga dapat dikatakan bahwa instrument dari penelitian ini telah reliabel dan konsisten jika digunakan menguji fenomena yang sama pada waktu yang berbeda. Hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS dapat dilihat pada **Lampiran 4**.

4.4.3 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel independen dan dependen sudah linier atau belum (Ghozali, 2005). Dua variabel dikatakan memiliki hubungan linieritas apabila nilai *Deviation From Linearity* > 0,05 (Gani dan Siti, 2005). Hasil uji linieritas dapat dilihat pada **Tabel 4.7**.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas

Hubungan Antar Variabel		<i>Deviation From Linearity</i>	Keterangan
Y_1	X	0,341	Linear
Y_2	X	0,343	Linear
Y_2	Y_1	0,200	Linear

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

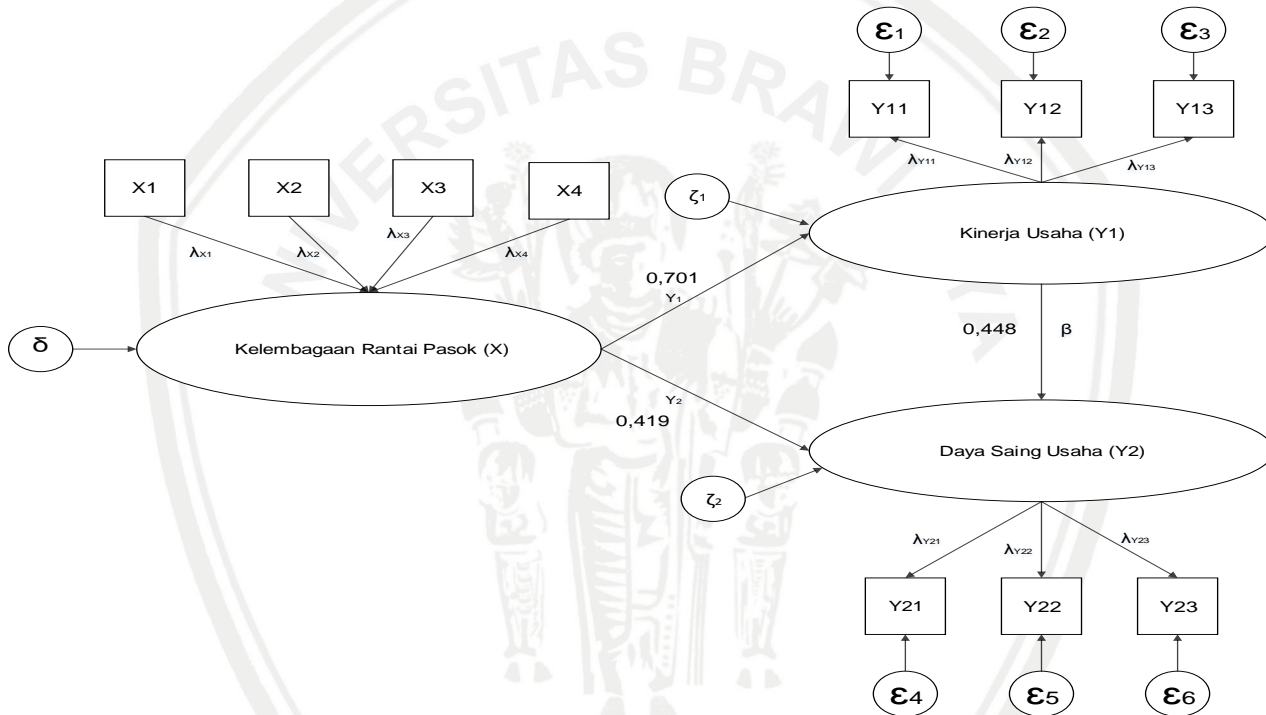
Berdasarkan uji linieritas yang telah dilakukan didapatkan nilai *Deviation From Linearity* lebih dari 0,05. Nilai signifikansi antara variabel kelembagaan rantai pasok (X) dengan kinerja usaha UMKM (Y_1) adalah 0,341, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut linier. Nilai signifikansi antara variabel kelembagaan rantai pasok (X) dengan daya saing usaha (Y_2) adalah 0,343, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut linier. Nilai signifikansi antara variabel kinerja usaha UMKM (Y_1) dengan daya saing usaha (Y_2) adalah 0,200, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut linier. Hasil *output* SPSS uji linearitas dapat dilihat pada **Lampiran 5**.

4.5 Analisis Data Menggunakan GSCA

Pada analisis GSCA, dengan penilaian *measures of fit* yang dapat dilakukan pada model pengukuran, model struktural, dan model keseluruhan (*overall model*). *Measures of fit* pada model pengukuran ini ditujukan untuk memeriksa (menguji)

apakah instrumen penelitian valid dan reliable, untuk mengetahui seberapa besar informasi yang dapat dijelaskan oleh model struktural atau hubungan antar variabel laten) dari hasil analisis GSCA (Riniwati, dkk, 2015). Pada model tersebut didapatkan diagram konstruk dapat dilihat pada **Gambar 4.1**.





Gambar 4. 1 Diagram Konstruk Model

4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pada penelitian ini model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini bersifat formatif dan reflektif. Estimasi *weight* digunakan untuk model pengukuran yang bersifat formatif dengan evaluasi *goodness of fit* didasarkan pada signifikansi *weight* indikatornya. Adapun pada variabel dengan indikator yang bersifat reflektif *measure of fit* didasarkan pada estimasi *loading* dan signifikansinya. Hasil *output* GeSCA dapat dilihat pada **Lampiran 6**.

1. *Outer Model* Variabel Kelembagaan Rantai Pasok (X)

Variabel kelembagaan rantai pasok (X) merupakan variabel dengan indikator formatif. *Measure of fit* untuk variabel formatif didasarkan pada estimasi *weight*. Hasil *outer model* untuk kelembagaan rantai pasok dapat dilihat pada **Tabel 4.8**.

Tabel 4. 8 Hasil Pengukuran Model Variabel Kelembagaan Rantai Pasok

Pernyataan	Notasi	Weight	
		Estimate	Rata-Rata
Kelembagaan Rantai Pasok	X	AVE= 0,000 Alpha= 0,901	
Tingkat kepercayaan terhadap <i>supllier</i> bahan baku	X₁₁	0,561	3,95
Tingkat kepercayaan terhadap <i>retailer</i>	X₁₂	-0,466	3,60
Besarnya komitmen <i>supplier</i> bahan baku	X₂₁	0,543	3,70
Besarnya komitmen <i>retailer</i>	X₂₂	0,578	4,25
Kelancaran komunikasi dengan <i>supplier</i> bahan baku	X₃₁	-0,331	4,05
Kelancaran komunikasi dengan <i>retailer</i>	X₃₂	0,715	3,70
Kesesuaian perjanjian dengan <i>supplier</i> bahan baku	X₄₁	-0,116	3,45
Kesesuaian perjanjian dengan <i>retailer</i>	X₄₂	-0,218	3,95

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Pada variabel kelembagaan rantai pasok memiliki 4 indikator formatif yaitu kepercayaan (X_1), komitmen (X_2), komunikasi (X_3) dan kemitraan (X_4). Berdasarkan diagram konstruk pada **Gambar 4.1** variabel kelembagaan rantai pasok didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$X = 0,561.X_{11} - 0,466.X_{12} + 0,543.X_{21} + 0,578.X_{22} - 0,331.X_{31} + 0,715.X_{32} - 0,116.X_{41} - 0,218.X_{42}$$

Indikator kelembagaan rantai pasok merupakan indikator bersifat formatif, maka dari itu *measure of fit* dilihat pada nilai *weight estimate*. Berdasarkan **Tabel 4.8**, indikator kepercayaan (X_1) menunjukkan bahwa item pernyataan (X_{11}) memiliki nilai *weight estimate* paling besar yaitu 0,561, berarti item pernyataan (X_{11}) merupakan item yang banyak berkontribusi terhadap indikator kepercayaan (X_1). Kepercayaan yang terjalin antara UMKM dengan *supplier* sudah berjalan dengan baik, kondisi tersebut sudah sesuai dengan penilaian dilapang. Menurut Kwon dan Taewon (2004) menyebutkan bahwa kesuksesan dalam *supply chain* berasal dari tingginya nilai kepercayaan yang kuat antar *partner* dalam *supply chain*. Selama ini *supplier* mampu memenuhi kebutuhan bahan baku umbi gadung dengan kualitas bahan baku yang bagus dan jumlah yang dibutuhkan UMKM. Hal yang mendasari UMKM percaya terhadap *supplier* yaitu karena *supplier* telah memiliki reputasi yang baik. Sedangkan pada item (X_{12}) menyatakan UMKM kurang percaya bahwa agen mampu memasarkan produk dari UMKM keripik gadung dengan baik dapat dilihat dari nilai *weight estimate* yaitu sebesar 0,446. Berdasarkan kondisi lapang UMKM keripik gadung Kecamatan Kalidawir takut akan produk yang dipasarkan oleh *retailer* tidak mencantumkan nama produk dari UMKM, dikarenakan UMKM hanya mampu memproduksi produk setengah jadi. Adanya saling percaya antar pihak yang terlibat akan mempermudah kerjasama yang selama ini dilakukan. Kurangnya rasa saling percaya adalah faktor fatal yang dapat membubarkan kemitraan dalam rantai pasok (Anbanandam, 2011).

Pada indikator komitmen (X_2), didapatkan bahwa item pernyataan X_{22} memiliki nilai *weight estimate* paling besar yaitu

0,578, sebagai pernyataan yang memberikan banyak kontribusi terhadap indikator komitmen (X_2). Hal tersebut sudah sesuai dengan penilaian responden berdasarkan nilai aktual dilihat dari nilai rata-ratanya yaitu 4,25, menunjukkan bahwa komitmen terhadap agen penjualan lebih besar dibandingkan terhadap *supplier* bahan baku. Kesepakatan yang dibangun sejak awal dengan adanya kerjasama akan memberikan keuntungan tersendiri bagi kedua belah pihak, seperti kesepakatan dalam pemberian harga produk terhadap agen penjualan untuk memasarkan produknya kembali kepada konsumen. Namun kesepakatan tersebut dilakukan hanya dalam bentuk lisan, sehingga tidak ada kesepakatan tertulis. Komitmen dari mitra rantai pasok akan meningkatkan aktivitas kerja sama dan jalannya rantai pasok serta menghindari konflik antar mitra rantai pasok (Ryu, 2009). Kesepakatan tersebut mengenai harga produk yang ditawarkan kepada konsumen, serta laba yang akan didapat oleh kedua belah pihak. Selain itu juga harus ada komitmen antara UMKM dengan *supplier*, agar kesepakatan mengenai pemenuhan bahan baku dapat berjalan dengan baik. Akan tetapi dapat disimpulkan bahwa komitmen dengan agen memiliki kontribusi besar terhadap pelaksanaan kelembagaan rantai pasok. Semakin tinggi komitmen yang dapat dibangun baik oleh pemasok maupun penyalur akan memperkuat hubungan kerja sama yang dibangun (Munizu, 2015).

Pada indikator komunikasi (X_3), didapatkan bahwa item pernyataan X_{32} memiliki nilai *weight estimate* paling besar yaitu 0,715, sebagai pernyataan yang memberikan banyak kontribusi terhadap indikator komunikasi (X_3). Namun hal tersebut belum sesuai dengan penilaian responden berdasarkan nilai aktual item X_{31} memiliki nilai rata-rata lebih besar yaitu 4,05, Berdasarkan kondisi dilapang, komunikasi dengan *supplier* jauh lebih baik dibandingkan dengan *retailer*. Frekuensi komunikasi antar UMKM dengan *supplier* memang lebih sering dibandingkan dengan agen penjualan. UMKM di Kecamatan Kalidawir rata-rata melakukan komunikasi terhadap *supplier* kurang lebih tiga kali dalam seminggu berkaitan dengan pemasokan bahan baku umbi gadung, sedangkan komunikasi

terhadap agen penjualan dilakukan ketika produk yang diberikan oleh UMKM sudah terjual habis atau adanya permintaan dari konsumen dengan jumlah yang banyak. Menurut Mamad dan Chahdi (2013), melalui komunikasi para mitra dalam rantai pasok dapat menjaga memelihara hubungan dari waktu ke waktu dan mengurangi ketidakpastian dalam kerjasama. Kemampuan memenuhi permintaan konsumen yang fluktuatif serta kebutuhan bahan baku yang juga fluktuatif tidak akan bisa dipenuhi bila tidak didukung dengan jaringan komunikasi yang baik. Teknologi informasi berperan penting dalam mendukung rantai pasokan dari supplier paling hulu hingga konsumen paling akhir (Suhari, 2015).

Pada indikator kemitraan (X_4), didapatkan bahwa item pernyataan X_{42} memiliki nilai *weight estimate* paling besar yaitu 0,218 akan tetapi item X_{42} memiliki nilai negatif, Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik hubungan yang terjalin antara umkm dengan supplier maupun retailer tidak mempengaruhi peningkatan kelembagaan rantai pasok terhadap UMKM. Prijosaksono (2005), menyatakan sukses dalam bisnis dan mendapatkan keuntungan yang tinggi tergantung pada keberhasilan dalam menjalin hubungan yang efektif dengan mitra/jaringan kita. Adapun dampak positif yang dihasilkan dari kegiatan kemitraan perusahaan adalah dapat memanfaatkan kapabilitas/kemampuan teknologi yang dimiliki mitra, terpenuhinya kebutuhan modal perusahaan, kemudahan pengadaan barang dan jasa, pengembangan pemasaran, serta promosi langsung. Hal tersebut juga didukung oleh Fitriani, dkk (2013), menyatakan semakin tinggi nilai *outer weight* dari suatu indikator, maka indikator tersebut memiliki pengaruh atau kontribusi yang paling kuat terhadap peningkatan variabel tersebut. Berdasarkan tanggapan responden yang memiliki nilai aktual item X_{42} sebesar 3,95, menunjukkan kemitraan yang terjalin antara UMKM dengan *retailer* telah berjalan sesuai dengan kontrak yang disepakati. Kondisi lapang juga menyatakan untuk *retailer* UMKM tidak menggunakan satu *retailer* akan tetapi banyak agen yang memasarkan keripik gadung. Kemitraan yang selama ini antara UMKM dengan *supplier* maupun *retailer* tidak menggunakan kontrak tertulis

seperti pada umumnya. Hal tersebut dirasa tidak terlalu penting karena mereka menjunjung tinggi adanya kepercayaan yang sudah diciptakan dari awal sudah mewakili dari adanya kerjasama. Kemitraan yang baik akan membangun dan memelihara hubungan jangka panjang (Sidharan dan Simathupang, 2009). Pola kemitraan yang terjalin antar UMKM dengan agen yaitu pola kemitraan keagenan. Menurut Litbang pertanian (2017), pola kemitraan keagenan adalah hubungan kemitraan antara mitra dengan perusahaan, dimana mitra diberi hak khusus memasarkan produk perusahaan. Selain itu juga ada kemitraan dengan *supplier*, dimaksudkan *supplier* mampu memenuhi bahan baku umbi gadung pada setiap harinya. Suatu hubungan kemitraan yang telah berjalan dengan baik dalam jangka waktu lama akan menimbulkan ketergantungan diantara kedua belah pihak (Amir dkk, 2014). Pada variabel kelembagaan rantai pasok didapatkan nilai AVE sebesar 0,000 dan α 0,901. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *conbach alpha* > 0,70.

2. Hasil Pengukuran Model Kinerja Usaha (Y_1)

Variabel kinerja UMKM (Y_1) merupakan variabel yang menjelaskan tentang kinerja usaha. Variabel ini terdiri dari enam *item* yang bersifat reflektif. Hasil *measure of fit* untuk variabel yang bersifat reflektif dapat dilihat dari nilai *loading estimate* pada **Tabel 4.9**.

Tabel 4. 9 Hasil Pengukuran Model Variabel Kinerja Usaha

Pernyataan	Notasi	Loading	
		Estimate	Rata-Rata
Kinerja	Y_1	AVE= 0,527, Alpha=0,825	
Kapasitas produksi meningkat karena kinerja <i>supplier</i>	$Y_{11.1}$	0,858	2,50
Kapasitas produksi meningkat karena kinerja <i>retailer</i>	$Y_{11.2}$	0,727	3,55
Penjualan produk meningkat karena kinerja <i>supplier</i>	$Y_{12.1}$	0,692	3,30

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Tabel 4. 10 Hasil Pengukuran Model Variabel Kinerja Usaha (Lanjutan)

Penjualan produk meningkat karena kinerja <i>retailer</i> yang baik	$Y_{12.2}$	0,720	3,70
Peningkatan keuntungan karena kinerja	$Y_{13.1}$	0,613	3,20
Pengaruh kinerja <i>retailer</i> terhadap peningkatan keuntungan	$Y_{13.2}$	0,724	3,55

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Variabel kinerja memiliki 3 indikator yaitu kapasitas produksi (Y_{11}), penjualan produk (Y_{12}) dan keuntungan UMKM (Y_{13}). Persamaan yang didapatkan dari setiap indikator sebagai berikut :

- Indikator kapasitas produksi (Y_{11})
 $Y_{11.1} = 0,858.Y_1 + 0,011$
 $Y_{11.2} = 0,727.Y_1 + 0,013$
- Indikator penjualan produk (Y_{12})
 $Y_{12.1} = 0,692.Y_1 + 0,063$
 $Y_{12.2} = 0,720.Y_1 + 0,042$
- Indikator keuntungan UMKM (Y_{13})
 $Y_{13.1} = 0,613.Y_1 + 0,049$
 $Y_{13.2} = 0,724.Y_1 + 0,053$

Analisis model pengukuran variabel kinerja usaha mengacu pada nilai koefisien *loading estimate* disetiap indikatornya. *Loading* menunjukkan bobot penilaian setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel laten. Pada **Tabel 4.9** indikator kapasitas produksi (Y_{11}), didapatkan bahwa item pernyataan $Y_{11.1}$ memiliki nilai *loading estimate* paling besar yaitu 0,858, sebagai pernyataan yang memberikan banyak konstribusi terhadap indikator kapasitas produksi (Y_{11}). Namun hal tersebut belum sesuai dengan penilaian responden berdasarkan nilai aktual item $Y_{11.2}$ memiliki nilai rata-rata lebih besar yaitu 3,55. Berdasarkan kondisi aktualnya, kapasitas produksi perbulan meningkat karena kinerja agen penjualan yang baik. Selain kinerja agen penjualan yang baik, akan tetapi

didukung juga dengan kinerja supplier yang baik pula. Penentuan kapasitas suatu pabrik dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dan teknologi proses yang dipilih. Tersedianya bahan baku dalam jumlah dan waktu yang tepat akan memperlancar proses produksi dalam perusahaan (Kinanthi, dkk, 2016). Cara penjualan yang efektif mampu meningkatkan minat konsumen akan produk keripik gadung. Adanya permintaan konsumen yang meningkat mampu mempengaruhi kapasitas produksi UMKM. Agen penjualan memiliki peran yang penting dalam mempengaruhi kapasitas produksi UMKM. Tingginya permintaan konsumen menuntut perusahaan untuk selalu mengoptimalkan kapasitas produksinya (Nursanti dkk, 2015).

Pada indikator penjualan produk (Y_{12}), didapatkan bahwa item pernyataan $Y_{12.2}$ memiliki nilai *loading estimate* paling besar yaitu 0,720, sebagai pernyataan yang memberikan banyak kontribusi terhadap indikator penjualan produk (Y_{12}). Hal tersebut sudah sesuai dengan penilaian responden berdasarkan nilai aktual item $Y_{12.2}$ memiliki nilai rata-rata lebih besar yaitu 3,70. Berdasarkan kondisi dilapang penjualan produk meningkat dikarenakan kinerja retailer yang baik. Hal ini lumrah terjadi karena retailer berfungsi sebagai alat pemasaran yang dimiliki oleh UMKM, sehingga penjualan produk sangat tergantung pada kinerja dari retailer selaku pemegang akses pasar. Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, dengan aktivitas penjualan yang baik akan meningkatkan aktivitas suatu usaha (Gitman, 2009). Akan tetapi, peran *supplier* dalam penjualan produk juga berperan penting dimana ketika *supplier* mampu memenuhi kebutuhan bahan baku yang diminta oleh UMKM dalam waktu dan jumlah yang tepat, maka UMKM dapat memproduksi produk yang diminta oleh konsumen. Ketika produk yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia, maka konsumen akan loyal terhadap produk tersebut. Menurut Pristyo (2013), hal-hal yang mempengaruhi dalam penjualan produk yaitu dalam memenuhi permintaan konsumen, produk harus tersedia pada saat konsumen membutuhkan produk tersebut.

Pada indikator keuntungan UMKM (Y_{13}), didapatkan bahwa item pernyataan $Y_{13.2}$ memiliki nilai *loading estimate* paling besar yaitu 0,724, sebagai pernyataan yang memberikan banyak kontribusi terhadap indikator keuntungan UMKM (Y_{13}). Hal tersebut sudah sesuai dengan penilaian responden berdasarkan nilai aktual item $Y_{13.2}$ memiliki nilai rata-rata lebih besar yaitu 3,55. Berdasarkan kondisi di lapang keuntungan yang didapat tidak dilihat dari segi finansial saja, misalnya jika kinerja *supplier* baik maka UMKM akan mendapatkan keuntungan ketepatan bahan baku, kualitas bahan baku yang baik dan harga yang sesuai. Namun jika kinerja agen penjualan baik maka keuntungan yang didapat seperti produk dikenal luas, dapat meningkatkan kapasitas produksi. Pertumbuhan keuntungan merupakan hasil akhir dari meningkatnya nilai penjualan, pertumbuhan penjualan dan porsi pasar (Ferdinand, 2000). Sehingga dalam mendapatkan keuntungan, tidak hanya dilihat dari kinerja agen yang baik namun didukung dengan kinerja *supplier* yang baik. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan pengukuran finansial maupun non finansial, keuntungan finansial dapat dilihat pada pendapatan bersih yang didapat oleh UMKM dari hasil penjualan suatu produknya (Saputra, 2013). Nilai AVE dan *alpha* pada variabel kinerja UMKM masing-masing sebesar 0,527 dan 0,825. Nilai untuk *average varianceextracted* (AVE) direkomendasikan nilainya lebih besar atau sama dengan 0,50 (Alfidella, dkk, 2015). Hal ini menandakan bahwa variabel daya saing sudah baik.

3. Hasil Pengukuran Model Daya Saing Usaha (Y_2)

Variabel daya saing usaha (Y_2) merupakan variabel dengan model reflektif sehingga *measure of fit* dilihat dari nilai *loading estimate*. Hasil pengujian *outer model* dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 11 Hasil Pengukuran Model Variabel Daya Saing Usaha

Pernyataan	Notasi	Loading	
		Estimate	Rata-Rata
Daya Saing	Y_2	AVE= 0,442, Alpha=0,577	
Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugas	Y_{21}	0,796	3,70
Inovasi pada produk yang dilakukan oleh UMKM	$Y_{22.1}$	0,525	3,70
Inovasi pada proses produksi yang dilakukan oleh UMKM	$Y_{22.2}$	0,674	3,70
Kemampuan UMKM dalam memasarkan produk	Y_{23}	0,638	3,70

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Variabel daya saing memiliki 3 indikator yaitu sumber daya manusia (Y_{21}), inovasi (Y_{22}) dan akses pasar (Y_{23}). Persamaan yang didapatkan dari setiap indikator sebagai berikut :

- Indikator Sumber Daya Manusia (Y_{21})
 $Y_{21} = 0,796.Y_2 + 0,045$
- Indikator Inovasi (Y_{22})
 $Y_{22.1} = 0,525.Y_2 + 0,158$
 $Y_{22.2} = 0,674.Y_2 + 0,049$
- Indikator Akses Pasar (Y_{23})
 $Y_{23} = 0,638.Y_2 + 0,214$

Analisis model pengukuran variabel daya saing UMKM mengacu pada nilai koefisien *loading estimate* disetiap indikatornya. *Loading* menunjukkan bobot penilaian setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel laten. **Tabel 4.10** menunjukkan hasil analisis model pengukuran variabel daya saing. Pada indikator (Y_{21}) memiliki nilai *estimate* sebesar 0,796 artinya indikator sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap variabel daya saing. Hal ini juga didukung dengan nilai aktual responden yaitu sebesar 3,70.

Berdasarkan kondisi lapang karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan volume kerja yang dibebankan. Pengembangan karyawan dilakukan untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan. Pengembangan sumber daya manusia sangat penting untuk mampu bersaing dengan usaha yang sejenis atau usaha yang lebih besar (Pramudyo, 2014).

Pada indikator inovasi (Y_{22}), didapatkan bahwa item pernyataan Y_{222} memiliki nilai *loading estimate* paling besar yaitu 0,674, sebagai pernyataan yang memberikan banyak kontribusi terhadap indikator inovasi (Y_{22}). Nilai tersebut telah sesuai dengan jawaban responden dilihat dari nilai rata-ratanya yaitu 3,7. Berdasarkan kondisi lapang inovasi yang dilakukan UMKM dapat berjalan dengan baik. Namun UMKM lebih memilih melakukan inovasi pada proses produksi dibandingkan dengan produk, dimana dapat dilihat hasil akhir hanya berupa produk setengah jadi. Selain itu inovasi tidak dilakukan secara terus menerus. UMKM keripik gadung melakukan inovasi pada proses produksi mulai dari cara menipisan umbi gadung dan cara pencucian untuk menghilangkan racun yang ada pada umbi gadung. Untuk inovasi terhadap produk tidak dilakukan oleh UMKM. Menurut Hurley and Hutt (2012) salah satu kunci meningkatkan daya saing tersebut adalah mendorong laju inovasi produk dan proses sebuah perusahaan agar bisa bersaing, baik di tingkat lokal, nasional, dan lingkungan global.

Pada indikator akses pasar (Y_{23}) memiliki nilai *loading estimate* 0,638 artinya bahwa akses pasar juga berpengaruh pada pengukuran daya saing UMKM. Menunjukkan sudah sebanding dengan nilai mean sebesar 3,70, dimana penilaian responden yang baik berkaitan dengan jangkauan daerah pemasaran produk yang luas dapat meningkatkan daya saing usaha sejenis lainnya. Contohnya semua UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir memasarkan produknya sampai luar Kabupaten Tulungagung seperti Malang, Surabaya, Blitar, Jakarta dan Bandung. Adanya keuntungan perdagangan dan kerjasama dengan berbagai pihak seperti *supplier* dan agen, dapat membuat efisiensi dalam kinerja usaha mereka, sehingga peluang untuk meningkatkan penguatan akses pasar dapat

dilakukan secara berkelanjutan (Wahyudi, 2010). Nilai AVE dan *alpha* pada variabel daya saing masing-masing sebesar 0,424 dan 0,577. Nilai untuk *average variance extracted* (AVE) direkomendasikan nilainya lebih besar atau sama dengan 0,5 (Alfidella, dkk, 2015). Hal ini menandakan bahwa variabel daya saing sudah baik.

4.5.2 Pengujian Goodness of Fit

Pengujian *goodnes of fit* pada GSCA dapat dilihat melalui nilai FIT dan AFIT. Menurut Hwang *et al* (2004), FIT menjelaskan tentang varian total dari semua variabel yang dijelaskan oleh model. AFIT atau *adjusted fit* digunakan sebagai alternatif perbandingan untuk keragaman model lain. Semakin banyak variabel yang mempengaruhi maka nilai FIT akan semakin besar. Hal ini disebabkan karena proporsi keragaman juga akan meningkat, sehingga untuk menyesuaikan dengan variabel yang ada dapat menggunakan FIT yang sudah terkoreksi atau nilai dari AFIT (Latan, 2014). Nilai FIT dan AFIT berada pada rentang 0 (nol) hingga 1 (satu), namun suatu model dapat dikatakan baik apabila nilainya sama dengan atau lebih besar dari 0.50 (Ristianto dan Irma, 2016). Hasil pengujian model fit dapat dilihat pada **Tabel 4.11**. Untuk melihat hubungan antar variabel dapat dilihat pada diagram konstruk pada **Gambar 4.2**.

Tabel 4. 12 Model Fit Struktural

Kriteria	Model Struktural
FIT	0,487
AFIT	0,439
NPAR	31

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan **Tabel 4.11** nilai AFIT yang didapatkan sebesar 0,439 menunjukkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah dijelaskan model penelitian sebesar 43,9%, sedangkan sisanya 56,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Variabel dalam model penelitian yaitu kelembagaan rantai pasok, kinerja usaha dan daya saing UMKM. Menurut Simatupang dan Purba (2014), bahwa variabel lain yang dapat

menjelaskan yaitu produktivitas UMKM dimana produktivitas juga merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM. Produktivitas merupakan suatu perbandingan dari hasil kegiatan yang seharusnya. Didalam perusahaan, produktivitas dapat dipergunakan sebagai alat pengukur efektivitas dari penggunaan *input* atau penggunaan peralatan (sarana atau fasilitas) produksi dalam perusahaan yang bersangkutan (Suroyo, 2016). Sedangkan menurut Herdiansyah dkk (2015), menjelaskan juga bahwa variabel lain diluar penelitian yaitu pemasaran, variabel pemasaran merupakan salah satu faktor dalam daya saing UMKM, dimana jika pemasaran produk yang baik maka dapat meningkatkan daya saing UMKM dengan produk yang sama.

4.5.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis didasarkan pada *measure of fit* model pengukuran dengan melihat signifikansi nilai *Critical Ratio* (CR) dan untuk mengetahui perbandingan koefisien jalur dilihat dari nilai estimasi yang menggambarkan kekuatan pengaruh antar variabel. Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% dengan nilai t tabel sebesar 1.96. Koefisien jalur model struktural dapat dilihat pada **Tabel 4.12**.

Tabel 4. 13 Koefisien Model Struktural

	Hipotesis	Estimate	SE	CR	Keterangan
H1	Kelembagaan Rantai Pasok -> Kinerja	0,701	0,127	5,54 _*	Signifikan
H2	Kelembagaan Rantai Pasok -> Daya Saing	0,419	0,419	2,11 _*	Signifikan
H3	Kinerja- > Daya Saing	0,448	0,574	0,78	Tidak Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2018)

Berdasarkan nilai estimate koefisien jalur maka didapatkan persamaan struktural kelembagaan rantai pasok (X) terhadap kinerja UKM (Y_1), kelembagaan rantai pasok terhadap

daya saing (Y_2) dan kinerja UKM (Y_1) terhadap daya saing (Y_2) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = 0,701X$$

$$Y_2 = 0,419X + 0,48Y_1$$

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel

Hipotesis	Pngaruh Tidak Langsung	Koefisien Jalur			Total Pengaruh
		X -> Y_1 (a)	Y_1 -> Y_2 (b)	X -> Y_2 (c)	c + (axb)
H4	$X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2$	0,701	0,448	0,419	0,733

Sumber : *Output GSCA diolah* (2018)

Variabel kinerja usaha (Y_1) sebagai variabel mediator didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y_2 = 0,419X + 0,733Y_1$$

1. Pengaruh Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Kinerja UMKM

Nilai koefisien jalur (*path coefficient*) kelembagaan rantai pasok terhadap kinerja sebesar 0,701 dan memiliki nilai CR sebesar 5,54 lebih besar dari 1.96, menunjukkan bahwa nilai tersebut sudah signifikan pada 0,05. Berdasarkan nilai tersebut, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak atau hipotesis 1 pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kelembagaan rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Salah satu faktor terpenting untuk memperbaiki operasi bisnis adalah menerapkan manajemen rantai pasok yang nantinya akan berpengaruh dalam peningkatan kinerja (Mutuera dan Iravo, 2014). Berdasarkan penelitian Munizu (2010), menunjukkan bahwa faktor eksternal salah satunya adalah peranan lembaga terkait mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja Usaha Mikro dan Kecil.

Kelembagaan rantai pasok yang selama ini dilakukan di UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir mampu

meningkatkan kinerja. Dilihat dari adanya kerjasama antara UMKM dengan *retailer* dan *supplier* berdasarkan kepercayaan, komitmen, dan komunikasi yang baik terkait pemasaran produk, pemasokan bahan baku, harga dan kualitas yang sesuai dengan permintaan maka berpengaruh terhadap kinerja UMKM salah satunya dilihat dari meningkatnya kapasitas produksi UMKM. Kelembagaan rantai pasok memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan dengan mediasi kemitraan (Pradabwong, 2017). Menurut Kim (2009), bahwa peran rantai pasok yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan melakukan praktek *supply chain management*.

Berdasarkan pada penilaian responden variabel kelembagaan rantai pasok indikator komitmen memiliki nilai mean terbesar yaitu 3,97, menunjukkan bahwa komitmen yang berjalan antar lembaga rantai pasok sudah baik yang akan berpengaruh pada kinerja UMKM seperti segi penjualan produk yang lancar, ketersediaan bahan baku yang mencukupi sehingga berdampak pada kapasitas produksi. Selain itu, hasil observasi lapang pada UMKM juga menunjukkan adanya komitmen, komunikasi, kepercayaan kepada *supplier* dan *retailer* dapat meningkatkan kinerja mereka dari segi kapasitas produksi, penjualan produk maupun keuntungan yang didapatkan UMKM. Peran *supplier* dan *retailer* sangat besar dalam kelembagaan rantai pasok UMKM keripik gadung di Kecamatan Kalidawir. Hal ini sesuai dengan penelitian Suharto dan Devie (2016), manajemen rantai pasok berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Semakin pentingnya penerapan manajemen rantai pasok pada perusahaan, maka harus diketahui lebih dalam bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Penelitian oleh Abdullahi et al., (2005) juga mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif dari penelitian terhadap kinerja usaha UMKM.

2. Pengaruh Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Daya Saing UMKM

Nilai koefisien jalur kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing sebesar 0,419 dan nilai CR yang didapat sebesar 2,11 lebih besar dari 1.96, menunjukkan bahwa nilai tersebut

sudah signifikan pada 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak atau hipotesis 2 pada penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kelembagaan rantai pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Hasil pengujian hipotesis tersebut sesuai dengan penelitian oleh Jakfar *et al* (2015) yang menyatakan bahwa aktivitas kerjasama antar lembaga dalam rantai pasok akan menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi seluruh organisasi dalam rantai pasok. Hasil penelitian Prior (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang jelas antara perusahaan dengan pemasok selaku bagian dari rangkaian rantai pasok dalam penentuan posisi perusahaan dalam persaingan pasar.

Adanya kelembagaan rantai pasok yang baik di UMKM Kecamatan Kalidawir mampu meningkatkan daya saing. Hal ini menunjukkan kelembagaan rantai pasok selama ini berjalan dengan baik mempengaruhi daya saing. Kerjasama antara lembaga yang selama ini dilakukan dilandaskan kepercayaan, komitmen dan komunikasi yang baik, salah satunya terhadap retailer yang mampu memasarkan produknya menjadi lebih luas. Menurut Sitompul (2010), dalam upaya peningkatan daya saing, jiwa kewirausahaan berpengaruh besar dalam menangkap peluang usaha. Semakin terbarnya produk yang terjual maka UMKM tersebut mampu bersaing dengan UMKM sejenis lainnya. Salah satu indikator yang paling dominan pada variabel kelembagaan rantai pasok yaitu komitmen memiliki nilai mean terbesar yaitu 3,97, menunjukkan komitmen UMKM dengan retailer yang baik akan memberikan jaminan akan pemasaran produk yang lebih luas. Disamping itu, sumber daya manusia yang dimiliki oleh UMKM juga menjadi faktor yang mempengaruhi daya saing. Adanya komitmen dan kepercayaan sejak awal memutuskan untuk kerjasama antara UMKM dengan supplier maupun retailer akan memberikan keuntungan tersendiri bagi kedua belah pihak. Menurut Retnoningsih, dkk (2014), daya saing dipengaruhi langsung maupun tidak langsung oleh kualitas hubungan dan kualitas komunikasi, kualitas *relationship* meliputi kepercayaan, komitmen, dan kepuasan adalah penentu utama daya saing. Daya saing yang baik ditandai dengan kemampuan UMKM dalam melakukan

inovasi pada produknya serta mampu memasarkan produk pada pasar yang lebih luas.

3. Pengaruh Hubungan Kinerja UMKM Terhadap Daya Saing UMKM

Nilai koefisien jalur kinerja UMKM terhadap daya saing sebesar 0,448 dan nilai CR yang didapat sebesar 0,78, kurang dari 1.96, menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak signifikan pada 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima atau hipotesis 3 pada penelitian ini ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya saing UMKM. Kinerja UMKM di Kecamatan Kalidawir selama ini belum berjalan maksimal, dikarenakan UMKM hanya aktif memproduksi keripik gadung pada musim panas atau bulan Juni-September. Beberapa hal yang mampu meningkatkan daya saing adalah sumber daya manusia (Jumawan, 2015), inovasi (Darwanto, 2013) dan akses pasar (Ofafa, 2013).

Berdasarkan pada penilaian responden variabel kinerja usaha UMKM indikator penjualan produk memiliki nilai mean terbesar yaitu 3,5, menunjukkan bahwa penjualan produk yang berjalan di UMKM sudah baik yang akan berpengaruh pada daya saing UMKM. Berdasarkan observasi dilapang, menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan kinerja tidak berpengaruh secara langsung pada daya saing UMKM. Pihak UMKM menyatakan bahwa adanya peningkatan produksi, volume penjualan dan keuntungan UMKM, tidak berkaitan secara langsung dengan meningkatnya daya saing UMKM. Hal tersebut dikarenakan, permintaan produk cenderung stabil dan bahkan meningkat pada musim tertentu untuk masing-masing UMKM keripik gadung. Pemilik UMKM cenderung hafal dengan kenaikan dan penurunan permintaan produk. Oleh karena itu, UMKM mengambil langkah aman untuk memasarkan produknya dengan tidak mendasarkan pada peningkatan dan penurunan kinerja UMKM, melainkan pada adanya kesempatan saling *sharing* antar pengusaha melalui *event-event* pameran yang merupakan salah satu sarana pemasaran produk keripik gadung. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handriani (2011), yang terdapat pengaruh

positif antara faktor kinerja terhadap daya saing UKM. Variabel ini diukur dengan menggunakan indikator penjualan (sale), keuntungan (profit), produktivitas usaha, kemampuan berinovasi, pelayanan dan produktivitas tenaga kerja juga berpengaruh terhadap daya saing UKM. Hal ini juga didukung oleh penelitian Wardhani dan Agustina (2012), dimana daya saing suatu perusahaan dipengaruhi oleh kinerja suatu UKM. Pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan melihat kinerja UMKM tersebut melalui daya saingnya.

4. Pengaruh Kinerja yang Memediasi Hubungan antara Kelembagaan Rantai Pasok terhadap Daya Saing

Berdasarkan **Tabel 4.13** hasil pengujian membuktikan bahwa pengaruh langsung kelembagaan rantai pasok (X) terhadap daya saing (Y_2) signifikan dengan nilai koefisien jalur 0,419, sementara pengaruh kelembagaan rantai pasok (X) terhadap daya saing (Y_2) melalui kinerja (Y_1) juga signifikan dengan nilai koefisien jalur 0,733. Nilai total pengaruh pada H_4 yang lebih besar dari pengaruh langsung antara variabel X dan Y_2 , sehingga hipotesis 4 diterima dan dapat dikatakan bahwa terdapat efek mediasi parsial pada model yang dibangun sehingga. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kelembagaan rantai pasok dapat meningkatkan daya saing usaha dengan lebih baik jika turut memperhatikan kinerja usaha. Pernyataan ini diperkuat oleh Dung (2015) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan daya saing tinggi cenderung memiliki kinerja usaha yang baik, kinerja usaha yang baik merupakan hasil dari integrasi antara pelaku rantai pasok. Peningkatan kinerja usaha menurut Handriani (2011) memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing usaha. Hal ini menyebabkan kelembagaan rantai pasok secara tidak langsung berpengaruh dalam meningkatkan daya saing UMKM dengan mediasi variabel kinerja usaha.

4.6 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial yang dapat dilakukan oleh seluruh pelaku dalam rantai pasok untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha sentra UMKM keripik gadung. Berdasarkan hasil

penelitian didapat bahwa kelembagaan rantai pasok berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dan daya saing usaha, begitupula kinerja usaha terhadap daya saing usaha. Berdasarkan hasil tersebut, maka beberapa hal yang dapat dilakukan adalah:

1. UMKM lebih aktif dalam memperluas jaringan usaha, dengan turut serta dalam pameran, seminar dan *workshop* baik yang diadakan oleh pemerintah maupun lembaga akademik agar dapat bertemu dengan lebih banyak pengusaha lain dan dapat saling bertukar informasi. Hal tersebut baik dilakukan oleh pelaku UMKM untuk dapat memahami sistem pengelolaan UMKM dengan baik lagi dan lebih terstruktur.
2. UMKM dengan dibantu oleh dinas terkait harus aktif dalam pencarian informasi terkait akses pasar dan akses modal untuk meningkatkan daya saing yang dimiliki UMKM. Hal tersebut juga dapat membantu dalam peningkatan modal untuk melakukan proses produksi dan untuk meningkatkan kapasitas produksi. Serta untuk mengangkat Kecamatan Kalidawir sebagai sentra keripik gadung di Kabupaten Tulungagung.
3. Peningkatan inovasi diperlukan agar UMKM mampu bersaing dalam persaingan yang semakin ketat. Inovasi khususnya dari segi proses sangat diperlukan untuk mempercepat proses produksi dan memperbaiki produk yang dihasilkan, sehingga kualitas produk akhir menjadi lebih baik dan mampu diterima oleh *retailer* maupun konsumen.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada penelitian ini, dapat diambil kesimpulan antara lain:

1. Kelembagaan rantai pasok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM keripik gadung Kabupaten Tulungagung. Komitmen merupakan indikator yang memberi pengaruh besar pada kelembagaan rantai pasok. Adanya kelembagaan rantai pasok pada klaster UMKM keripik gadung terbukti mampu meningkatkan kinerja UMKM yang tercermin pada indikator variabel kinerja, yaitu kapasitas produksi, penjualan produk dan keuntungan UMKM.
2. Kelembagaan rantai pasok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing usaha UMKM. Sumber daya manusia merupakan indikator yang memberi pengaruh besar terhadap peningkatan daya saing UMKM. Adanya kepercayaan, komitmen, komunikasi dan kemitraan yang dijalankan, mampu meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh UMKM.
3. Kinerja usaha memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap daya saing usaha UMKM keripik gadung. Pada kenyataannya, peningkatan dan penurunan kinerja UMKM tidak berpengaruh secara langsung pada peningkatan daya saing produk. Pihak UMKM cenderung lebih mengupayakan peningkatan daya saing melalui adanya hasil *sharing* antar pengusaha.
4. Kinerja usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam memediasi hubungan antara kelembagaan rantai pasok terhadap daya saing usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa kelembagaan rantai pasok dapat meningkatkan daya saing usaha dengan lebih baik jika turut memperhatikan kinerja usaha.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya berdasarkan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Perbaikan untuk memperluas jaringan usaha dengan meningkatkan frekuensi pelatihan, pembinaan dan *workshop* oleh pemerintah untuk menunjang kesiapan pengetahuan dan *skill* pelaku UMKM agar mampu mengakses pasar yang lebih luas.
2. Meningkatkan kinerja usaha dan daya saing usaha UMKM dapat dimulai dengan memberikan sosialisasi terkait kemitraan rantai pasok guna membangun kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya membangun hubungan antar pelaku rantai pasok. Melakukan inovasi terkait produk agar dapat meningkatkan pemasaran serta daya saing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, B dan Wiwi I. 2008. **Optimasi Proses Produksi untuk Produk Makanan dengan Metode *Integer Linear Programming* (ILP) pada PT PSA.** Jurnal NASEA. 11(1): 45-57.
- Abdullahi, M., Puspa L., and Zainudin A. 2005. ***The Effect of Finance, Infrastructure and Training on The Performance of Small and Medium Scale Enterprises (SMEs) in Nigeria.*** International Journal of Business and Technopreneurship. 5(3).
- Ahmady, M., Sumarwan, U., Suharjo, B dan Maulana, A. 2012. ***Key Success Values In Relationship Marketing Of Agriculture Prouct.*** Jurnal Management Dan Agribisnis Vol 9(1): 59-67.
- Ajitabh. 2008. ***Global Competitiveness.*** Exel Books. New Delhi
- Akcomak, S. 2009. ***Social capital, innovation and Growth: Evidence from Europe.*** European Economic Review. USA.
- Alfidella, S., Kusumo, D, S., Jatmiko, D. 2015. Pengukuran Usability I-Caring Berbasis ISO 9241-11 Dengan Menggunakan Partial Least Square (PLS). E-Proceeding Of Engineering 2(1): 1747-17455.
- Anantanyu S. 2011. ***Kelembagaan Petani: Peran dan Strategi Pengembangan Kapasitasnya.*** J. SEPA 7(2): 103-104.
- Anbanandam, R., Banwet, D.K & Shankar, R. 2011. ***Evaluation Of Supply Chain Collaboration: A Case Of Apparel Retail Industry In India.*** International Journal Of Productivity And Performance Management 60(2): 82-98
- Ardiana I., Brahmayanti I.A, dan Subaedi. 2010. ***Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya.*** Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 12(10): 42-55.
- Ariani, D dan Bambang M.D. 2013. ***Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Khas***

- Olahan Padang Sumatra Barat.** Diponegoro Journal of Management. 2(3).
- Arifini, N.K. 2013. **Analisis Pendapatan Pengrajin Perak di Desa Kamasan Kabupaten Klungkung.** E-Jurnal EP UNUD. 2(6).
- Astuti, R., Marimin, Roedhy P., Machfud dan Yandra A. 2010. **Kebutuhan dan Struktur Kelembagaan Rantai Pasok Buah Manggis.** Jurnal Manajemen Bisnis. 3(1): 99-115.
- Badan Pusat Statistik. 2013. Data Sensus. Diakses pada 2 November 2017. <<https://www.bps.go.id>>
- Boone Jr, Harry N, and Deborah A. Boone. 2012. **Analyzing Likert Data.** Journal of Extension 50 (2) .
- Chandra, K. 2002. **Supply Chain Management in Theory and Practice: A Passing Fad or a Fundamental Change.** Industrial Management & Data Systems. 100(3): 100-113.
- Chopra, S dan Meindl, P. 2007. **Supply Chain Management, Strategy Planning & Operation (3rd ed).** Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Darwanto. 2018. **Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas).** Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE). 20(2): 142-149
- Dung, L.T. 2015. **Factors Affecting the Collaboration in Supply Chain of Mechanical Enterprises in Vietnam.** Journal of Managing Value and Supply Chains. 6(4).
- Efendi, M.M. dan Purnomo, J.D. 2012. **Analisis Faktor Konfirmatori Untuk Mengetahui Kesadaran Berlalu Lintas Pengendara Sepeda Motor Di Surabaya Timur.** Jurnal sains dan seni ITS. 1(1):106-111
- Farhani, A. 2012. **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produksi Pada Industri Kecil Kota Malang.** Skripsi Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Ferdinand. 2016. **Strategi Pengembangan Klaster UMKM Keripik Tempe di Sanan Malang.** Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM). 14(1).

- Ferrer, M, R., Hyland P. W, and Bretherthon, P. 2010. ***Relation Factor That Explain Supply Chain Relationships***. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. 22(3), 419 – 440.
- Fianto, A,Y,A dan Riyanto, D,Y. 2013. **Pengaruh Visualisasi Periklanan, Citra Merek Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Merek**. Jurnal SNASTI. 2(1):8.
- Fitriani, N. Doeranto, P dan Dania, W.A.P. 2013. **Analisis Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Dengan Metode *Partial Least Square* (Studi Kasus Di Pt. Surya Pratista Utama Sidoarjo)**. Jurnal Industria 2(2): 93-103.
- Gaspersz, V. 2005. ***Production Planning And Inventory Control*** Berdasarkan Pendekatan Sistem Terintegrasi MRP II Dan JIT Menuju Manufacturing 21. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali, I. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Badan. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2008. ***Generalized Structured Component Analysis (GSCA)*** Model Persamaan Berbasis Komponen. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handriani, E. 2011. **Pengaruh Faktor Internal Eksternal, *Entrepreneurial Skill*, Strategi Dan Kinerja Terhadap Daya Saing Ukm Di Kabupaten Semarang**. Jurnal Dinamika Sosial .7(1): 50-53.
- Hayat, K., Ammir A., and Siddique. 2012. ***Study of the Different Factors That Affecting the Supply Chain Responsiveness***. Journal of Management and Administrative Science. 5 (1).
- Hermawan, A. 2005. **Penelitian Bisnis: Paradigma Kuantitatif**. PT Grasindo. Jakarta. .
- Higuchi, T and Troutt, M. 2008. ***Life Cycle Management in Supply Chains: Identifying Innovations Throught the case of the VCR***. IGI Publishing. USA.

- Hwang, H and Takane, Y. 2004. ***Generalized Structured Component Analysis***. Psychometrika. 6(9):81-99.
- Jakfar, F., Romano dan Nurcholis. 2015. **Pengelolaan Rantai Pasok dan Daya Saing Kelapa Sawit di Aceh**. Jurnal Agraris. 1(2).
- Juwatan. 2015. **Mengembangkan Sumber Daya Manusia (HRM) Yang Strategis Untuk Menunjang Daya Saing Organisasi Perspektif Competency & Talent Management**. Media mahardhika. 13(3): 258-269.
- Kim, M dan Ghufuran, H. 2010. **Nikmat Rasanya, Nikmat Untungnya – Pintar Budi Daya Ikan Ditambah Secara Intensif**. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Kinanthi, A, P., Herlina, D, dan Mahardika, F, A. 2016. **Analisis Pengendalian Bahan Baku Persediaan Bahan Baku Menggunakan Metode Min-Max (Studi Kasus PT. Djitoe Indonesia Tobacco)**. Jurnal Performa 15(2): 87-92.
- Kiveu , M dan Ofafa, G. 2013. ***Enhancing Market Access In Kenyan Smes Using ICT***. Journal Of Global Business And Economics Research 2(9):29-46.
- Kotler, P. 2007. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Erlangga. Jakarta.
- Kusumadewi KA dan Ghozali I. 2013. ***Generalized Structured Component Analysis (GSCA): Model Persamaan Struktural Berbasis Komponen***. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Kwon, I dan Taewon S. 2004. ***Factors Affecting the Level of Trust and Commitment in Supply Chain Relationships***. Journal of Supply Chain Management. 40(4).
- Layamana dan Nurlatifah. 2016. **Strategi meningkatkan produksi UMKM di Kabupaten Cirebon Melalui Efektivitas Persediaan Bahan Baku dan Modal Usaha**. Jurnal AL-Mustashfa 4(2):111-123.
- Litbang Pertanian. 2017. **Kemitraan Usaha**. Diakses Pada 30 Januari 2018. <http://pustaka.litbang.pertanian.go.id>
- Loehlin, J.C. 2004. ***Latent Variable Model: An Introduction to Factor, Path, and Structural Equation Analysis***. Lawrence Erlbaum Associates Publisher. London.

- Maflahah, I. 2010. **Model Sistem Kelembagaan Pengembangan Industri Talas**. Agrointek. 4(2): 87-99.
- Mamad, M dan Chahdi F. 2013. ***The Factors of The Collaboration between the Upstream Supply Chain Actors: Case of The Automotive Sector in Morocco***. International Business Research. 6(11).
- Mamad, M. and Fatima O. 2013. ***The Factors Of The Collaboration Between The Upstream Supply Chain Actors: Case Of The Automotive Sector In Morocco***. International Business Research. 6 (11).
- Marimin dan Maghfiroh, N. 2010. **Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok**. IPB Press. Bogor.
- Meliala, A.S, Nazaruddin M dan Rahmi M. 2014. **Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Berbasis Kaizen**. Jurnal Optimasi Sistem Industri. 13(2): 641-664.
- Miguel, P.L.S and Brito L. 2011. ***Supply Chain Management Measurement and Its Influence on Operational Performance***. Journal of Operations and Supply Chain Management. 4(2).
- Mulyadi. 2005. ***Balanced Score Card: Alat Manajemen Kontemporer untuk Pelipatgandaan Keuangan Perusahaan (Edisi Ke 2)***. Salemba Empat. Jakarta.
- Munizu, Musran. 2010. **Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan**. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. 12: 33-41.
- Mustikowati, RI dan Irma T. 2014. **Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Strategi Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM Sentra Kabupaten Malang)**. Jurnal MODERNISASI. 10(1).
- Nuvriasari, A., Gumirlang W. dan Sumiarsih. 2015. **Model Strategi Peningkatan Daya Saing UKM Industri Kreatif Berbasis Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan**. LPPM Universitas Muhammadiyah. Purwokerto.

- OECD, 2012. ***Competitiveness and Private Sector Development: Ukraine 2011***. OECD. Paris.
- Ofafa, G. 2013. ***Enhancing Market Access In Kenyan Smes Using ICT***. Global Business And Economics Research Journal. 2(9): 29-46.
- Pramudyo, A. 2014. **Mempersiapkan Sumber Daya Manusia Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN Tahun 2015**. JBMA 2(2): 92-100.
- Prior, D.D. 2012. ***The Effects of Buyer-Supplier Relationships on Buyer Competitiveness***. Journal of Business & Industrial Marketing. 27(2).
- Purwidiyanti, W. 2015. **Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Industri Kecil dan Menengah di Purwokerto Utara**. Jurnal Kinerja. 19 (1): 149-159.
- Putra, Z.F, Mohammad S., dan Naniek W. 2014. **Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0**. Jurnal JARKOM. 1(2).
- Raharso, S. 2011. **Kepercayaan Dalam Tim**. Jurnal Manajerial 10(19):42-53.
- Rahayu, E.R. 2015. **Analisis Kelembagaan dan Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Kentang di Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah**. Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI). 20(2): 150-157
- Retnoningsih, D., Muslich, M. Hanani, N dan Tsai G. 2014. **Hubungan Rantai Pasok (Supply Chain Relationship) Dan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (UKM) Sari Apel Kota Batu**. Jurnal Agrise XIV(1): 36-47.
- Riniwati, H., Efani, A dan Abidin, Z. 2015. ***Blue Economy In Motion: Factors Affecting The Level Of Empowerment Of Coastal Communities***. International Research Journal Of Finance And Economics. Issue 141:47-65.
- Robbins, S.P. 2002. ***Organizational Behaviour* Jilid 2 Terjemahan**. Hadyana Pujaatmaka. Jakarta.

- Royan, F.M. 2007. **Smart Launching New Product Strategi Jitu Memasarkan Produk Baru agar Meledak di Pasar**. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Ryu, I., So, S & Koo, C. 2009. **The Role of Partnership supply chain performance**. Industrial management & data system journal 109(4): 496-514.
- Samunar, S.R dan Estiasih, T. 2015. **Umbi Gadung (Dioscorea Hispida Dennst) Sebagai Bahan Pangan Mengandung Senyawa Bioaktif: Kajian Pustaka Wild Yam (Dioscorea Hispida Dennst) As Bioactive Compounds Containing Food : A Review**. Jurnal Pangan dan Agroindustri 3(1):109.
- Santoso, I., Desty Y, dan Siti A.M. 2015. **Pengaruh Kredit dan Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja UMKM Agroindustri dengan Pemasaran Sebagai Variabel Antara**. Jurnal Manajemen & Agribisnis. 12(3).
- Santoso, S. 2011. **Structural Equational Modelling (SEM) Konsep dan Aplikasi dengan AMOS 18**. PT Elex Media Computindo. Jakarta.
- Saputra, B, W. 2013. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penilaian Kinerja**. Finance & Accounting Journal 2: 15-41.
- Sarwono, B. 2010. **Usaha Membuat Tempe dan Oncom**. Niaga Swadaya. Jakarta.
- Sejati W K. 2011. **Analisis Kelembagaan Rantai Pasok Telur Ayam Ras Peternakan Rakyat Jawa Barat**. J. Analisis Kebijakan Pertanian 9(2) : 184.
- Silalahi, U. 2008. **Metode Penelitian Sosial**. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Simatupang, J, L, H dan Purba, H. 2014. **Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada PT NJS Suzuki Departemen Servis Dan Suku Cadang**. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. 8(1):21-33
- Sitompul, A. 2010. **Strategi Dan Langkah-Langkah UMKM Dan Koperasi Dalam Menghadapi ACFTA**. INFOKOP. 18(1).

- Srihartati. 2004. ***The Global Language of Bussiness. Management Supply Chain.*** Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems (IJCCS). 17: 50-52.
- Supranto, J. 2007. **Teknik *Sampling* untuk Survei dan Eksperimen.** Rineka Cipta. Jakarta.
- Suroyo, 2016. **Kedisiplinan Yang Berdampak Pada Produktivitas Kerja Karyawan.** Jurnal Parameter. 2(1):4-6
- Susilo, Y.S. 2010. **Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA.** Jurnal Buletin Ekonomi. 8(2): 70-170.
- Swastha, B dan Ibnu S. 1993. **Pengantar Bisnis Modern Ed.3.** Liberty Yogyakarta. Yogyakarta.
- Tambrin, M. 2013. **Faktor-Faktor Antesenden Yang Mempengaruhi Strategi Saluran Dan Kinerja Pasar.** Jurnal Neo Bis. 7(2):1-6
- Trisnaningtyas, K. 2017. **Strategi Pengembangan Klaster Usaha Kecil dan Menengah Keripik Tempe dengan Metode *K-Means Clustering* dan FAHP (Studi Kasus di UKM Keripik Tempe Sanan, Kota Malang).** Skripsi Teknologi Industri Pertanian. Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya.
- Wardhani, R.S dan Yulia S. 2010. **Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Daya Saing pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang.** Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Bangka Belitung.
- Wibowo, D., Zainul dan Sunarti. 2015. **Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo).** Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). 29 (1).

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i
Ditempat
Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Marisah Endi Anggraini, saya sedang melakukan penelitian mengenai “Analisis Keterkaitan Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan Daya Saing UKM (Studi Kasus Pada UKM Keripik Gadung di Kabupaten Tulungagung)”. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata-1 (S1) di Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya Malang. Saya mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

BAGIAN I : IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
 2. Jenis Kelamin* : Laki-laki / Perempuan
 3. Usia :
 4. Nama UKM :
 5. Jabatan di UKM :
 6. Masa Kerja :
 7. Pendidikan Terakhir :
- Ket (*) : Coret yang tidak perlu

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

BAGIAN II : PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bapak/Ibu/Saudara/i diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan UKM.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i diminta memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling sesuai.
3. Alternatif jawaban:
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Cukup Setuju
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju
4. Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan mengisi semua pernyataan tanpa terlewatkan untuk kelancaran penelitian ini.

Contoh Pengisian :

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Produk UKM diperuntukkan untuk semua kalangan.					✓

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)**1. KELEMBAGAAN RANTAI PASOK**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
KEPERCAYAAN						
1.	UKM percaya bahwa tengkulak (<i>supplier</i>) mampu memenuhi kebutuhan bahan baku.					
2.	UKM percaya bahwa agen mampu memasarkan produk dari UKM Keripik Gadung dengan baik.					
KOMITMEN						
3.	Kesepakatan usaha antara UKM dengan tengkulak (<i>supplier</i>) mampu membantu pemenuhan bahan baku.					
4.	Kesepakatan usaha antara UKM dan agen mampu membantu pemasaran produk yang lebih baik.					
KOMUNIKASI						
5.	Komunikasi dengan <i>supplier</i> sudah berjalan dengan baik.					
6.	Komunikasi dengan agen sudah berjalan dengan baik					
KEMITRAAN						
7.	Kemitraan dengan tengkulak (<i>supplier</i>) telah berjalan sesuai dengan kontrak yang disepakati.					
8.	Kemitraan dengan agen penjualan telah berjalan sesuai dengan kontrak yang disepakati.					

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

2. KINERJA UKM

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
KAPASITAS PRODUKSI						
9.	Kapasitas produksi perbulan meningkat karena kinerja <i>supplier</i> yang baik.					
10.	Kapasitas produksi perbulan meningkat karena kinerja agen penjualan yang baik.					
PENJUALAN PRODUK						
11.	Penjualan produk perbulan meningkat karena kinerja <i>supplier</i> yang baik.					
12.	Penjualan produk perbulan meningkat karena kinerja agen yang baik.					
KEUNTUNGAN UKM						
13.	Keuntungan UKM perbulan meningkat karena kinerja <i>supplier</i> yang baik.					
14.	Keuntungan UKM perbulan meningkat karena kinerja agen yang baik.					

3. DAYA SAING

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
SUMBER DAYA MANUSIA						
15.	Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan volume kerja yang dibebankan					

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

INOVASI PRODUK						
16.	UKM melakukan inovasi pada produk dilakukan secara terus menerus.					
17.	UKM melakukan inovasi pada proses produksi secara terus menerus.					
AKSES PASAR						
18.	UKM mampu memasarkan produknya pada pasar yang lebih luas.					

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)
PERTANYAAN TERBUKA

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa yang mendasari adanya kepercayaan antara UKM dengan <i>supplier</i> (tengkulak)?	
2.	Apa yang mendasari adanya kepercayaan antara UKM dengan agen?	
3.	Sudah berapa lama kontrak antara UKM dengan <i>supplier</i> (tengkulak)?	
4.	Sudah berapa lama kontrak antara UKM dengan agen?	
5.	Berapa kali komunikasi yang dilakukan antara UKM dengan <i>supplier</i> (tengkulak) dalam satu minggu?	
6.	Berapa kali komunikasi yang dilakukan antara UKM dengan agen dalam satu minggu?	
7.	Keuntungan seperti apa yang anda harapkan dari kemitraan yang terjalin antara UKM dengan <i>supplier</i> ?	
8.	Keuntungan seperti apa yang anda harapkan dari kemitraan yang terjalin antara UKM dengan agen?	
9.	Keuntungan seperti apa yang anda harapkan dari kemitraan yang terjalin antara UKM dengan pemerintah?	

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

10.	Model kemitraan yang sudah terbentuk antara UKM dengan tengkulak dan agen seperti apa?	
11.	Berapa target produksi UKM dalam satu bulan?	
12.	Berapa jumlah penjualan produk dalam satu bulan?	
13.	Berapa jumlah keuntungan yang diperoleh UKM dalam satu bulan?	
14.	Bagaimana beban kerja yang diberikan kepada karyawan setiap harinya?	
15.	Bagaimana UKM melakukan inovasi pada produk?	
16.	Bagaimana UKM melakukan inovasi pada proses produksi?	
17.	Pemasaran produk meliputi area mana saja?	

Lampiran 2. Kuesioner Responden



Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i
Ditempat
Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Marisah Endi Anggraini, saya sedang melakukan penelitian mengenai "Analisis Ketekaitan Kelembagaan Rantai Pasok Terhadap Kinerja dan Daya Saing UKM (Studi Kasus Pada UKM Keripik Gadung di Kabupaten Tulungagung)". Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata-I (S1) di Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya Malang. Saya mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Atas kesediaan dan kerjasana Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

BAGIAN I : IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : *Deliana*
2. Jenis Kelamin* : Laki-laki / Perempuan
3. Usia : 53
4. Nama UKM : —
5. Jabatan di UKM : *Manajemen*

6. Masa Kerja : 18 tahun
7. Pendidikan Terakhir : S1/PP

Ket (*) : Coret yang tidak perlu

BAGIAN II : PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bapak/Ibu/Saudara/i diminta untuk memilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan UKM.
2. Bapak/Ibu/Saudara/i diminta memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling sesuai.
3. Alternatif jawaban:
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Cukup Setuju
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju
4. Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan mengisi semua pernyataan tanpa terlewatkan untuk kelancaran penelitian ini.

Contoh Pengisian :

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
1.	Produk UKM diperuntukkan untuk semua kalangan.					✓

Lampiran 2. Kuesioner Responden (Lanjutan)

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

2. KINERJA UKM

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
KAPASITAS PRODUKSI						
9.	Kapasitas produksi perbulan meningkat karena kinerja <i>supplier</i> yang baik.					✓
10.	Kapasitas produksi perbulan meningkat karena kinerja agen penjualan yang baik.					✓
PENJUALAN PRODUK						
11.	Penjualan produk perbulan meningkat karena kinerja <i>supplier</i> yang baik.				✓	
12.	Penjualan produk perbulan meningkat karena kinerja agen yang baik.					✓
KEUNTUNGAN UKM						
13.	Keuntungan UKM perbulan meningkat karena kinerja <i>supplier</i> yang baik.			✓		
14.	Keuntungan UKM perbulan meningkat karena kinerja agen yang baik.				✓	

3. DAYA SAING

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
SUMBER DAYA MANUSIA						
15.	Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan volume kerja yang dibebankan				✓	
INOVASI PRODUK						
16.	UKM melakukan inovasi pada produk dilakukan secara terus menerus.				✓	
17.	UKM melakukan inovasi pada proses produksi secara terus menerus.					✓
AKSES PASAR						
18.	UKM mampu memasarkan produknya pada pasar yang lebih luas.					✓

Lampiran 2. Kuesioner Responden (Lanjutan)

1. KELEMBAGAAN RANTAI PASOK

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		1	2	3	4	5
KEPERCAYAAN						
1.	UKM percaya bahwa tengkulak (<i>supplier</i>) mampu memenuhi kebutuhan bahan baku.				✓	
2.	UKM percaya bahwa agen mampu memasarkan produk dari UKM Keripik Gadung Jengon baik.				✓	
KOMITMEN						
3.	Kesepakatan usaha antara UKM dengan tengkulak (<i>supplier</i>) mampu membantu pemenuhan bahan baku.				✓	
4.	Kesepakatan usaha antara UKM dari agen mampu membantu pemasaran produk yang lebih baik.					✓
KOMUNIKASI						
5.	Komunikasi dengan <i>supplier</i> sudah berjalan dengan baik.				✓	
6.	Komunikasi dengan agen sudah berjalan dengan baik				✓	
KEMITRAAN						
7.	Kemitraan dengan tengkulak (<i>supplier</i>) telah berjalan sesuai dengan kontrak yang disepakati.				✓	

8.	Kemitraan dengan agen penjualan telah berjalan sesuai dengan kontrak yang disepakati.			✓		
----	---	--	--	---	--	--

Lampiran 2. Kuesioner Responden (Lanjutan)

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

PERTANYAAN TERBUKA

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa yang mendasari adanya kepercayaan antara UKM dengan supplier (tengkulak)?	Ketersediaan dan ketepatan pengiriman bahan baku
2.	Apa yang mendasari adanya kepercayaan antara UKM dengan agen?	Perjualn yang lancar
3.	Sudah berapa lama kontrak antara UKM dengan supplier (tengkulak)?	18 tahun
4.	Sudah berapa lama kontrak antara UKM dengan agen?	15 tahun
5.	Berapa kali komunikasi yang dilakukan antara UKM dengan supplier (tengkulak) dalam satu minggu?	3 hari sekali
6.	Berapa kali komunikasi yang dilakukan antara UKM dengan agen dalam satu minggu?	Setiap hari

7.	Keuntungan seperti apa yang anda harapkan dari kemitraan yang terjalin antara UKM dengan supplier?	Bahan baku selalu tersedia
8.	Keuntungan seperti apa yang anda harapkan dari kemitraan yang terjalin antara UKM dengan agen?	Perjualan lancar
9.	Keuntungan seperti apa yang anda harapkan dari kemitraan yang terjalin antara UKM dengan pemerintah?	Membantu promosi
10.	Model kemitraan yang sudah terbentuk antara UKM dengan tengkulak dan agen seperti apa?	kejasama berdasarkan kepercayaan
11.	Berapa target produksi UKM dalam satu bulan?	7-8 kuintal gadung 1 kuintal = 15 kg kepik
12.	Berapa jumlah penjualan produk dalam satu bulan?	kurang lebih 95 kg kepik

13.	Berapa jumlah keuntungan yang diperoleh UKM dalam satu bulan?	—
14.	Berapa jumlah beban kerja yang diberikan kepada karyawan setiap harinya?	Beban kerja sedang untuk perempuan dan beban berat untuk laki-laki
15.	Bagaimana UKM melakukan inovasi pada produk?	Tidak Belum ada inovasi
16.	Bagaimana UKM melakukan inovasi pada proses produksi?	—
17.	Pemasaran produk meliputi area mana saja?	Surabaya, Blitar, Malang, Bandung, Jakarta

Lampiran 3. Profil UMKM

Pemilik	PIRT		Bahan baku tiap produksi	tahun berdiri	Jumlah TK (org)	Modal Awal (Rp)	Modal		Waktu proses produksi
	Ada	Tidak ada					Pribadi	Pinjaman	
ZUMROTIN		√	1,5 kuintal	2012	3	1000000	√	-	4 hari
KUSMIYATI		√	2 kuintal	2003	3	1500000	√	-	5 hari
MITO/JUMIYATI		√	2 kuintal	1998	4	1500000	√	-	4 hari
NGATIKAH		√	2 kuintal	2012	2	500000	√	-	5 hari
ADIONO		√	1 kuintal	2000	3	500,000	√	-	4 hari
PONIRAH	√	-	1 kuintal	2000	4	1000000	√	-	6 hari
JUMROTIN	√	-	1,5 kuintal	1991	4	500000	√	-	5 hari
RIKA KURNIAWATI		√	1 kuintal	2010	3	500000	√	-	4 hari
MARIAM		√	1,5 kuintal	2003	3	1000000	√	-	5 hari
KASINAH		√	1 kuintal	1998	3	250000	√	-	4-5 hari
MUKMINAH		√	80 Kg	2010	2	300000	√	-	4 hari
RODIYAH		√	2 kuintal	2008	2	2000000	√	-	5 hari
SUKARMI		√	2 kuintal	2009	5	1000000	√	-	5 hari
ISTIQOMAH		√	1,5 kuintal	2012	3	500000	√	-	5 hari
PAINAH		√	1 kuintal	2015	1	300000	√	-	6 hari
SRIYATIN		√	2 kuintal	2007	3	1000000	√	-	5 hari
SRI ISTIANI		√	1 kuintal	2003	3	500000	√	-	4 hari
ENI PURNIAWATI		√	1,5 kuintal	2007	3	800000	√	-	5 hari
LISAROH		√	2 kuintal	2007	4	1000000	√	-	6 hari
SULASTRI		√	1,5 kuintal	2007	3	750000	√	-	5 hari

Lampiran 4. Uji Validitas

Correlations		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	XT	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y1T	Y21	Y22	Y23	Y24	Y2T
X1	Pearson Correlation	1	.668**	.494*	.648**	.881**	.568**	.796**	.739**	.940**	.457*	.298	.374	.453*	.634**	.480*	.594**	.494*	.494*	.255	.324	.585**
	Sig. (2-tailed)		.001	.027	.002	.000	.009	.000	.000	.000	.043	.202	.104	.045	.003	.032	.006	.027	.027	.277	.163	.007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X2	Pearson Correlation	.668**	1	.415	.282	.706**	.935**	.410	.244	.748**	.357	.203	.210	.368	.319	.573**	.450*	.415	.267	.458*	.319	.551*
	Sig. (2-tailed)	.001		.069	.229	.001	.000	.072	.299	.000	.122	.391	.374	.110	.171	.008	.047	.069	.255	.042	.170	.012
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X3	Pearson Correlation	.494*	.415	1	.368	.471*	.366	.517*	.432	.657**	.436	.265	.150	.471*	.489*	.332	.478*	1.000**	.437	.343	.343	.789**
	Sig. (2-tailed)	.027	.069		.111	.036	.112	.020	.057	.002	.055	.260	.529	.036	.029	.152	.033	.000	.054	.139	.139	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X4	Pearson Correlation	.648**	.282	.368	1	.474*	.167	.729**	.689**	.711**	.537*	.171	.592**	.685**	.442	.406	.648**	.368	.301	.470*	.282	.535*
	Sig. (2-tailed)	.002	.229	.111		.035	.481	.000	.001	.000	.015	.470	.006	.001	.051	.076	.002	.111	.197	.037	.229	.015
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X5	Pearson Correlation	.881**	.706**	.471*	.474*	1	.664**	.675**	.475*	.866**	.488*	.327	.205	.508*	.511*	.502*	.566**	.471*	.471*	.199	.139	.474*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.036	.035		.001	.001	.034	.000	.029	.160	.385	.022	.021	.024	.009	.036	.036	.400	.559	.035
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X6	Pearson Correlation	.568**	.935**	.366	.167	.664**	1	.367	.110	.668**	.436	.345	.233	.319	.256	.634**	.498*	.366	.296	.475*	.145	.482*
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.112	.481	.001		.111	.646	.001	.055	.136	.324	.170	.276	.003	.025	.112	.205	.034	.542	.031
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X7	Pearson Correlation	.796**	.410	.517*	.729**	.675**	.367	1	.764**	.854**	.498*	.286	.451*	.396	.545*	.466*	.587**	.517*	.367	.344	.203	.534*
	Sig. (2-tailed)	.000	.072	.020	.000	.001	.111		.000	.000	.025	.222	.046	.084	.013	.038	.007	.020	.111	.138	.390	.015
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
X8	Pearson Correlation	.739**	.244	.432	.689**	.475*	.110	.764**	1	.728**	.177	-.033	.403	.188	.660**	.143	.320	.432	.432	.163	.344	.511*
	Sig. (2-tailed)	.000	.299	.057	.001	.034	.646	.000		.000	.454	.890	.078	.428	.002	.548	.169	.057	.057	.492	.138	.021
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

Lampiran 4. Uji Validitas (Lanjutan)

XT	Pearson Correlation	.940 ^{**}	.748 ^{**}	.657 ^{**}	.711 ^{**}	.866 ^{**}	.668 ^{**}	.854 ^{**}	.728 ^{**}	1	.547 ^{**}	.298	.426	.550 ^{**}	.628 ^{**}	.568 ^{**}	.670 ^{**}	.657 ^{**}	.499 ^{**}	.435	.340	.722 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.001	.000	.000		.013	.202	.061	.012	.003	.009	.001	.002	.025	.055	.143	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y11	Pearson Correlation	.457 ^{**}	.357	.436	.537 ^{**}	.488 ^{**}	.436	.498 ^{**}	.177	.547 ^{**}	1	.607 ^{**}	.438	.645 ^{**}	.587 ^{**}	.531 ^{**}	.870 ^{**}	.436	.436	.635 ^{**}	.030	.576 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.043	.122	.055	.015	.029	.055	.025	.454	.013		.005	.053	.002	.006	.016	.000	.055	.055	.003	.899	.008
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y12	Pearson Correlation	.298	.203	.265	.171	.327	.345	.286	-.033	.298	.607 ^{**}	1	.539 ^{**}	.372	.106	.682 ^{**}	.772 ^{**}	.265	.505 ^{**}	.398	.173	.502 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.202	.391	.260	.470	.160	.136	.222	.890	.202	.005		.014	.106	.656	.001	.000	.260	.023	.082	.467	.024
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y13	Pearson Correlation	.374	.210	.150	.592 ^{**}	.205	.233	.451 ^{**}	.403	.426	.438	.539 ^{**}	1	.430	.247	.439	.718 ^{**}	.150	.399	.451 ^{**}	.529 ^{**}	.581 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.104	.374	.529	.006	.385	.324	.046	.078	.061	.053	.014		.058	.293	.053	.000	.529	.082	.046	.016	.007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y14	Pearson Correlation	.453 ^{**}	.368	.471 ^{**}	.685 ^{**}	.508 ^{**}	.319	.396	.188	.550 ^{**}	.645 ^{**}	.372	.430	1	.276	.467 ^{**}	.751 ^{**}	.471 ^{**}	.243	.370	.299	.520 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.045	.110	.036	.001	.022	.170	.084	.428	.012	.002	.106	.058		.238	.038	.000	.036	.302	.108	.201	.019
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y15	Pearson Correlation	.634 ^{**}	.319	.489 ^{**}	.442	.511 ^{**}	.256	.545 ^{**}	.660 ^{**}	.628 ^{**}	.587 ^{**}	.106	.247	.276	1	.133	.497 ^{**}	.489 ^{**}	.489 ^{**}	.349	.131	.542 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.171	.029	.051	.021	.276	.013	.002	.003	.006	.656	.293	.238		.576	.026	.029	.029	.132	.583	.014
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y16	Pearson Correlation	.480 ^{**}	.573 ^{**}	.332	.406	.502 ^{**}	.634 ^{**}	.466 ^{**}	.143	.568 ^{**}	.531 ^{**}	.682 ^{**}	.439	.467 ^{**}	.133	1	.743 ^{**}	.332	.232	.594 ^{**}	.123	.484 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.032	.008	.152	.076	.024	.003	.038	.548	.009	.016	.001	.053	.038	.576		.000	.152	.326	.006	.607	.031
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y1T	Pearson Correlation	.594 ^{**}	.450 ^{**}	.478 ^{**}	.648 ^{**}	.566 ^{**}	.498 ^{**}	.587 ^{**}	.320	.670 ^{**}	.870 ^{**}	.772 ^{**}	.718 ^{**}	.751 ^{**}	.497 ^{**}	.743 ^{**}	1	.478 ^{**}	.518 ^{**}	.633 ^{**}	.300	.725 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.006	.047	.033	.002	.009	.025	.007	.169	.001	.000	.000	.000	.000	.026	.000		.033	.019	.003	.199	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y21	Pearson Correlation	.494 ^{**}	.415	1.000	.368	.471 ^{**}	.366	.517 ^{**}	.432	.657 ^{**}	.436	.265	.150	.471 ^{**}	.489 ^{**}	.332	.478 ^{**}	1	.437	.343	.343	.789 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.027	.069	.000	.111	.036	.112	.020	.057	.002	.055	.260	.529	.036	.029	.152	.033		.054	.139	.139	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

Lampiran 4. Uji Validitas (Lanjutan)

Y22 Pearson Correlation	.494	.267	.437	.301	.471	.296	.367	.432	.499	.436	.505	.399	.243	.489	.232	.518	.437	1	.145	.145	.636
Sig. (2-tailed)	.027	.255	.054	.197	.036	.205	.111	.057	.025	.055	.023	.082	.302	.029	.326	.019	.054		.542	.542	.003
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y23 Pearson Correlation	.255	.458	.343	.470	.199	.475	.344	.163	.435	.635	.398	.451	.370	.349	.594	.633	.343	.145	1	.136	.619
Sig. (2-tailed)	.277	.042	.139	.037	.400	.034	.138	.492	.055	.003	.082	.046	.108	.132	.006	.003	.139	.542		.568	.004
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y24 Pearson Correlation	.324	.319	.343	.282	.139	.145	.203	.344	.340	.030	.173	.529	.299	.131	.123	.300	.343	.145	.136	1	.619
Sig. (2-tailed)	.163	.170	.139	.229	.559	.542	.390	.138	.143	.899	.467	.016	.201	.583	.607	.199	.139	.542	.568		.004
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Y2T Pearson Correlation	.585	.551	.789	.535	.474	.482	.534	.511	.722	.576	.502	.581	.520	.542	.484	.725	.789	.636	.619	.619	1
Sig. (2-tailed)	.007	.012	.000	.015	.035	.031	.015	.021	.000	.008	.024	.007	.019	.014	.031	.000	.000	.003	.004	.004	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	18

Lampiran 6. Uji Linieritas

1. Uji Linieritas X dan Y_1

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
$Y_1 * X$	Between Groups	149.033	12	12.419	2.789	.090
	Linearity	80.943	1	80.943	18.180	.004
	Deviation from Linearity	68.090	11	6.190	1.390	.341
	Within Groups	31.167	7	4.452		
	Total	180.200	19			

2. Uji Linieritas X dan Y_2

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
$Y_2 * X$	Between Groups	91.033	12	7.586	3.285	.062
	Linearity	55.881	1	55.881	24.196	.002
	Deviation from Linearity	35.153	11	3.196	1.384	.343
	Within Groups	16.167	7	2.310		
	Total	107.200	19			

Lampiran 6. Uji Linieritas (Lanjutan)

3. Uji Linieritas Y_1 dan Y_2

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
$Y_2 * Y_1$ Between (Combined)	86.033	9	9.559	4.516	.014
Groups Linearity	56.385	1	56.385	26.639	.000
Deviation from Linearity	29.648	8	3.706	1.751	.200
Within Groups	21.167	10	2.117		
Total	107.200	19			

Lampiran 7. Output GESCA

Model Fit	
FIT	0.487
AFIT	0.439
NPAR	31

Measurement Model

Variable	Loading			Weight			SMC		
	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR	Estimate	SE	CR
AVE = 0.000, Alpha =0.901									
Kelembagaan Rantai Pasok (X)									
X11	0	0	0	0.561	0.316	1.77	0	0	0
X12	0	0	0	-0.466	0.168	2.78*	0	0	0
X21	0	0	0	0.543	0.120	4.51*	0	0	0
X22	0	0	0	0.578	0.062	9.35*	0	0	0
X31	0	0	0	-0.331	0.105	3.16*	0	0	0
X32	0	0	0	0.715	0.056	12.66*	0	0	0
X41	0	0	0	-0.116	0.006	19.24*	0	0	0
X42	0	0	0	-0.218	0.296	0.73	0	0	0

Lampiran 7. Output GESCA (Lanjutan)

Kinerja Usaha (Y ₁)									
AVE = 0.527, Alpha =0.825									
Y111	0.858	0.011	78.44 [*]	0.209	0.020	10.41 [*]	0.735	0.019	38.87 [*]
Y112	0.727	0.013	54.1 [*]	0.188	0.075	2.52 [*]	0.528	0.020	26.7 [*]
Y121	0.692	0.063	10.98 [*]	0.218	0.034	6.51 [*]	0.479	0.082	5.87 [*]
Y122	0.720	0.042	16.98 [*]	0.264	0.051	5.15 [*]	0.519	0.064	8.15 [*]
Y131	0.613	0.049	12.55 [*]	0.248	0.015	17.07 [*]	0.376	0.063	5.94 [*]
Y132	0.724	0.053	13.62 [*]	0.257	0.091	2.83 [*]	0.524	0.081	6.47 [*]
Daya Saing (Y ₂)									
AVE = 0.442, Alpha =0.577									
Y21	0.796	0.045	17.86 [*]	0.440	0.054	8.13 [*]	0.634	0.074	8.59 [*]
Y221	0.525	0.158	3.33 [*]	0.310	0.023	13.68 [*]	0.275	0.200	1.37
Y222	0.674	0.049	13.71 [*]	0.430	0.041	10.38 [*]	0.454	0.063	7.23 [*]
Y23	0.638	0.214	2.98 [*]	0.295	0.049	5.99 [*]	0.406	0.208	1.95

CR* = significant at .05 level

Structural Model

Path Coefficients			
	Estimate	SE	CR
Kelembagaan Rantai Pasok -> Kinerja Usaha	0.701	0.127	5.54 [*]
Kelembagaan Rantai Pasok -> Daya Saing Usaha	0.419	0.570	2.11 [*]
Kinerja Usaha -> Daya Saing Usaha	0.448	0.574	0.78

Lampiran 7. Output GESCA (Lanjutan)

R square of Latent Variable	
Kelembagaan Rantai Pasok	0
Kinerja Usaha	0.569
Daya Saing	0.691

Means Scores of Latent Variables	
Kelembagaan Rantai Pasok	3.924
Kinerja Usaha	3.437
Daya Saing	3.700

Correlations of Latent Variables (SE)			
	Kelembagaan Rantai Pasok	Kinerja Usaha	Daya Saing
Kelembagaan Rantai Pasok	1	0.812 (0.046)*	0.851 (0.042)*
Kinerja Usaha	0.812 (0.046)*	1	0.747 (0.026)*
Daya Saing	0.851 (0.042)*	0.747 (0.026)*	1

* significant at .05 level

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung



Gambar 1. Perendaman Bahan baku



Gambar 2. Proses Perajangan

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung
(Lanjutan)



Gambar 2. Proses pelumuran dengan Abu



Gambar 3. Proses Pengepresan

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung (Lanjutan)



Gambar 4. Proses penjemuran tahap 1



Gambar 5. Proses Pencucian

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung
(Lanjutan)



Gambar 6. Proses pengeringan



Gambar 7. Hasil produk

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung (Lanjutan)



Gambar 7. Hasil produk



Gambar 8. Produk di kemas 10 kg

Lampiran 8. Dokumentasi Proses Produksi Keripik Gadung (Lanjutan)



Gambar 9. Produk dikemas 1 kg



Gambar 10. Monitoring Lapang UMKM